

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

# **TARTU NOORTE INFOPORTAALI LOOMINE**

Bakalaureusetöö

Töö autor: Taavi Linnamäe  
Juhendaja: Pille Pruulmann-Vengerfeldt, MA

Tartu  
2005

# 1. SISUKORD

1. SISUKORD	2
2. SISSEJUHATUS	4
2.1 Töö eesmärk	5
2.2 Teemavaliku põhjendus	6
2.3 Põhimõistete defineerimine	7
2.4 Edasine töö käik	8
2.5 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	9
2.5.1 Infoühiskond	9
2.5.1.1 Infoühiskond ja pidev õppimine	9
2.5.1.2 Internet suhtluskeskkonnana	10
2.5.1.3. Internet ja virtuaalne identiteet	12
2.5.1.4 IKT kasu organisatsioonidele	14
2.5.2 Noor internetikasutajana	15
2.5.2.1 Kes ja kui palju Internetti kasutavad	15
2.5.2.2 Internet ja koolitöö	18
2.5.3 Portaalid	19
2.5.3.1 Noored ja portaalid	22
2.6 Uurimisküsimused ja hüpoteesid	24
3. METOODIKA JA VALIM	26
4. TÖÖ TULEMUSED	28
4.1 Tartu noorte internetitarbimine ja info kättesaadavus	28
4.1.1 Kust saavad Tartu noored olulist infot?	28
4.1.2. Mis peab portaalis olema?	30
4.2 Tartu noorte infoportaal	30
4.2.1 Protsessi analüüs	31
4.2.1.1. Portaali kontseptsioon ja fookus	31
4.2.1.2. Oma kogukond	33

4.2.1.3. Sihtgrupi jaotumine	35
4.2.1.4. Portaali sisu väljatöötamine	36
4.2.1.5. Tehniline teostus	37
4.2.1.6. Teavituskampaania	37
4.2.1.7 Portaali jätkusuutlikkuse tagamine	38
4.3 Hetkeseis	40
 5. DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED	 41
5.1 Uuringu kriitika	41
5.2 Võimalikud probleemid	41
5.3 Protsesse reflektatsioon	42
5.4 Kokkuvõte	43
5.5 Summary	44
 6. KASUTATUD KIRJANDUS	 46
 LISAD	
LISA 1 – Läbiviidud uuringu ankeet	
LISA 2 – Uuringule vastanute jaotus sooliselt, vanuseliselt	
LISA 3 – Tartu noorte info levik ja piisavus	
LISA 4 – Milleks portaale enim kasutatakse, mis on portaali juures olulisim?	
LISA 5 – Tartu Noorte Infoportaali eelarve	
LISA 6 – Tartu Noorte Infoportaali potentsiaalsed rahastusallikad	
LISA 7 – Millised võimalused ja lisad on portaalis olulised?	
LISA 8 – Internetikasutajate tüüpide vanuseline koosseis	
LISA 9 – Ekspertintervjuude küsimused	

## 2. SISSEJUHATUS

Tänapäeval on arenenud riikides üha olulisemaks muutumas infotehnoloogia – tõenäoliselt ei kujutaks üks keskmine Eesti noor enda elu ilma arvuti, interneti ja mobiiltelefonita enam ettegi. Kui praeguseks on väga suurel osal Eesti inimestest juba olemas soov ja võimalused tänapäevast info- ja kommunikatsioonitehnoloogiat (IKT) kasutada, siis teinekord jätab soovida just selle kvaliteet. Siinkohal ei pea ma silmas mitte internetiühenduse kiirust või arvuti võimsust, vaid just seda keskkonda, mis avaneb netikülastajale siis, kui ta ennast võrku „logib”.

Siiski on oluliselt kasvanud ka noorte nõudmised interneti tehnilisele kvaliteedile – täna tundub neile ühenduse aeglus suurema probleemina kui aastal 2000, olgugi et nelja aastaga on tehnoloogiline olukord tunduvalt paranenud (Tiigrihüppe SA 2004).

Küberruum on üks peamistest valdkondadest, mis kujundab meie tulevikku. Paljud tänapäeva akadeemikud ja populaarteadlased vaidlevad, kas IKT on muutmas meie ühiskonna majanduslikku, sotsiaalset, kultuurilist ja poliitilist olukorda nii nagu industriaaltehnoloogia muutis Lääne ühiskonda 19. sajandil (Holloway&Valentine 2003). Raske on uskuda, et muutused vähemalt esialgu nii kardinaalsed saavad olema, kuid selgelt on näha raskuskeskme liikumine tootmiselt teenindamise poole ning toorainest väärtuslikumaks on muutumas informatsioon ning selle kanalid.

Infoühiskonna kontseptsiooni tutvustajateks olid majandusteadlased ja sotsioloogid, kes pakkusid sellega mudelit, kirjeldamaks muutusi industriaalsest ühiskonnast teistsuguseks ühiskonnaks ning selle juured on 1950ndate aastate lõpu diskussioonid industriaalühiskonna teisenemisest. Teisest küljest on võimalik väita, et idee taga olnud liberaalsed sotsioloogid püüdsid leida jooni, mis olid ühised nii kapitalistlikele ühiskondadele läänes kui ka sotsialistlikele ühiskondadele idas (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

See ei ole lihtsalt sotsiaal- või majandusteaduslik kontseptsioon, mõiste infoühiskond kuulub ka poliitilisse sõnavarasse ja poliitikute, ajakirjanike ja avalikkuse kõnepruuki

ning seetõttu on selle mõistega seotud diskursused ja tähendused hägusad. Vaieldamatult on infoühiskonna mõiste seotud siiski informatsiooni ja teadmiste osatähtsuse suurenemisega sotsiaalsetes, kultuurilistes ja majanduslikes protsessides (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Eesti kontekstis on IKT ja eriti interneti kasutamisest rääkimine kindlasti möödapääsmatu, kuna TNS Emori (2004a) internetikasutuse uuringud näitavad, et 6-74-aastastest eestimaalastest kasutab internetti juba 52%, mis teeb interneti vahendusel suhtleva kogukonna suuruseks 621 000 inimest.

Oma bakalaureusetöös käsitlen Tartu noortele infoportaali loomist. Kuigi tegemist on mõneti praktilise projektiga ning etteantud tingimused sellise lahenduse korral eraldi uuringute läbiviimist ei nõua, pidasin vajalikuks seda siiski teha, kuna varasemad selleteemalised uuringud pärinevad mõne aasta tagant ning ei uuri portaali sihtrühma eraldi ei vanuseliselt (14-22) ega geograafiliselt (Tartu piirkond).

## **2.1 Töö eesmärk**

Minu bakalaureusetöö eesmärgiks on analüüsida Tartu noortele suunatud infoportaali loomist. Portaali eesmärk on Tartu piirkonna noortele suunatud info koondamine ja struktureerimine selliselt, et noor leiaks võimalikult vähese vaevaga üles võimalikult palju teda puudutavat ja huvitavat infot.

Loodavas portaalis saab olema nii „asjalik” info ja uudised, mis puudutab noorte haridust, noorsootööd, noorteüritusi, noortekeskusi ja ühendusi, kvaliteetseid vaba aja veetmise võimalusi ja mitteformaalset haridust, kui ka meelelahutuslik ja suhtluse pool, mis meie püstitatud hüpoteesi kohaselt on eelduseks, et portaali hakatakse ka reaalselt kasutama, tekib omamoodi dünaamiline kogukond, mis on pidevas muutumises ning „elab oma elu”.

Minu tehtav bakalaureusetöö ei ole traditsioonilises mõttes akadeemiline bakalaureusetöö, vaid pigem praktilise väljundiga projekt, mis on üks võimalikke 3+2

süsteemi bakalaureusetöö variante. Samas olen töö praktilise väljundi ja portaali loomise protsessi üritanud siduda infoühiskonna empiiriliste ja teoreetiliste lähtelkohtade ja käsitlustega, kuna usun, et kogemustele ja empiirikale tuginemine on eelduseks eduka portaali loomisel.

Tartu noorteportaali loomise idee sündis noorsooalgatuse korras, oma toetuse andis MTÜ Noored Toredate Mõtetega, võttes enda peale administreeriva rolli, mille tulemusena tekkiski konkreetsem ja läbimõeldum idee taoline portaal luua, kuna vajadus selle järele on suur. Kavas on portaali juures aktiivselt rakendada ka olemasolevat Anne Noortekeskuse Multimeedia Laborit, andes noortele võimaluse ise teha filme ja animatsioone, virtuaalraadiot jpm.

Portaali sihtrühm ei ole vanuselisel skaalal absoluutarvudes väga lai – noored vanuses 14-22, ometi saab nende kõigi huvide rahuldamine ja ootuste täitmine olema tõenäoliselt üsna raske väljakutse, kuna erinevused näiteks 14 ja 22 asatase noore huvides, vajadustes, infotarbimises jms. on väga erinevad.

## **2.2 Teemavaliku põhjendus**

Erinevat infot on internetis palju, kuid sageli muudab selle kasutamise ja ülevaate saamise raskeks just info hajusus ning kaootilisus, samuti on kaheldava väärtusega kõikvõimalikel lehekülgedel saada oleva info kvaliteet.

Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas valmis aastal 2004 Anne Noortekeskuse tellimisel Tartu avatud noortekeskuste kommunikatsioonistrateegia, kus tulid välja puudused noortekeskuste ja noorsootöövõrgustiku kommunikatsioonis ning vajadus ühtse ja noortepärase infokeskkonna järele.

Hetkel taoline infokeskkond puudub – on olemas küll Tartu Linnavalitsuse hallatav Tartu Noorteaken, kuid tuginedes läbiviidud kvantitatiivsele uuringule, vestlustele

noorsootöötajate ja noortega ning lehekülje kasutusstatistikale, on üsna selge, et nimetatud lehekülge pole noored omaks võtnud.

Põhjusi võib olla mitmeid, kuid peamise põhjusena julgen, tuginedes taaskord vestlustele noorte ja noorsootöötajatega, välja tuua just info esitamise vormi – info, mis muidu noori ehk huvitaks, on pandud ametlikku ja kuiva vormi, mis ei ole noortele atraktiivne. Samuti ei ole atraktiivne portaali välimus ning vajaka jääb ka noorte teavitamisest vastava portaali olemasolu kohta – läbiviidud kvantitatiivse uuringu tulemusi analüüsides selgus, et palju noored polnud taolise infoallika olemasolust üldse teadlikud, mis tuleneb vastava reklaami ja/või teavituskampaania puudumisest. Võib ju valmis teha väga hea internetikeskkonna, kuid selle kasutegur on olematu, kui sihtgrupp seda üles leida ei suuda.

Oma käesolevas töös üritangi tuginedes infoühiskonna teooriatele ning eelkõige varasematele ja enda bakalaureusetöö käigus läbi viidud uuringutele ning statistikale jõuda mingitele kindlatele alustele või seisukohtadele, kuidas ning milliste vahendite ja vormiga loodav portaali võimalikult edukaks kujuneks ning sihtgrupp selle omaks võtaks.

## **2.3 Põhimõistete defineerimine**

Portaal – paljude võimalustega internetikeskkond, kus külastajad leiavad endale kõikvõimalikku vajalikku infot, saavad suhelda teiste külastajatega, arutleda neid huvitavatel teemadel, kommenteerida infot jpm. Portaalid on mitmeid erinevaid teemakatalooge sisaldavad www-leheküljed.

Tartu noor – Tartu linnas või selle lähiümbruses elav, siin õppiv või piirkonda lihtsalt sageli külastav noor. Eesti Vabariigi Noorsootöö Seaduse kohaselt on noor 7-26 aastane, oma portaali jaoks oleme sihtrühma kitsendanud 14-22 aastastele.

## 2.4 Edasine töö käik

Siiani olen andnud ülevaate töö eesmärkidest ja teemavalikust, sissejuhatava peatüki lõpuosas avan infoühiskonna kasutamise teoreetilist tausta, et anda tööle raamistik, milles edaspidi tegutsen ja analüüsin ja võtan kokku ka erinevaid empiirilisi allikaid saamaks ülevaadet minu bakalaureusetöö käigus käsitletava portaali potentsiaalse sihtrühma internetitarbimis harjumusi. Selles osas kasutan allikatena peamiselt 2002. aastal Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna üliõpilaste proseminaritöid, mille käigus tudengid on kaardistanud keskkooliõpilaste internetitarbimist.

Töö kolmandas osas kirjeldan uuringute ja infokogumise metoodikat ja valimit, neljandas peatükis võtan kokku töö tulemused – kõigepealt bakalaureusetöö eelfaasis enda poolt läbi viidud uuringut, mis peaks laiemate uuringute taustal kokku võtma just minu jaoks olulise sihtrühma harjumused, ootused ja trendid seoses internetitarbimisega ning seejärel, kuna tegemist on praktilise väljundiga projektiga, analüüsin ka reaalselt portaali loomise protsessi – seal analüüsin osalusvaatluse vormis juba toimunud tegevusi: erinevaid nõupidamisi, ajurünnakuid, tekkinud probleeme ja nende lahenduse leidmist ning üritan kajastada tekkinud kitsaskohti ning neile lahenduste leidmist.

Kuna minu bakalaureusetöö näol on tegemist tööga, millel on otsene praktiline väljund, siis mõneti seab nii portaali sisu kui vormi väljatöötamisele piiranguid reaalne elu – otsuste tegemisel tuleb lähtuda finantsiliste katteallikate võimalustest ning ootustest, ajalisele mõõtele seavad piirangud erinevad tähtsajad ning inimeste töökoormus ja palju muud, millest samuti üritan lühikese ülevaate anda.

Viimases peatükis üritan ennast korraldaks asetada ka kõrvaltvaataja rolli ning üritan objektiivselt ja kriitiliselt analüüsida toimunud reaalseid protsesse ning tuua välja võimaliku kitsaskohad. Samuti leiab sealt töö kokkuvõtte ning nõutud *summary*, kasutatud kirjanduse loetelu ning töö paremaks mõistmiseks vajalikud lisad.



## **2.5 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad**

### **2.5.1 Infoühiskond**

#### **2.5.1.1 Infoühiskond ja pidev õppimine**

Tänapäeval on üheks ettevõtmiste õnnestumise aluseks oskus muutuvate oludega kohanduda, mille eelduseks omakorda on enda pidev harimine ja uute teadmiste omandamine. Formaalse koolihariduse kõrval on ka meil üha olulisemaks muutumas terves Euroopas väga kiirelt arenev valdkond – mitteformaalne haridus.

Mitteformaalse hariduse all ei peeta silmas seda osa haridusest, mis koolitundides nagunii läbi võetakse, vaid eelkõige kollektiivis omandatavaid teadmisi noort huvitavas ja talle vajalikus valdkonnas. Infoühiskond ja internet on seejuures muutumas üha olulisemaks taolise mitteformaalse hariduse omandamisel ja sellest osasaamisel. Milline roll on selles erinevatel info- ja teemaportaalidel? Usun, et üsna oluline, kuna sellistesse keskkondadesse koguneb siiski sarnaste huvidega grupp inimesi, olgu siis määratlejaks kas geograafiline lähedus, vanus, teema või mõni muu näitaja.

Selleks, et infoühiskonna pideva spetsialiseerumise ja teadmiste osakaalu kasvuga sammu pidada, seostatakse infoühiskonda elukestva õppimisega. Pidevalt on vaja omandada uusi oskusi ja hoida sammu ühiskonna arenguga. Seega ei ole infoühiskonnas võimalik rääkida õppimise lõppemisest, vaid õppimisest kui pidevast protsessist, õppimisest kui elustiilist (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Õppimise toetamiseks kasutatakse ka IKTd, mis võimaldab vahendada suurt hulka informatsiooni, loob võimalused kaugõppeks. E-õppimisest räägitakse kui võimalusest anda laiemaid, kvaliteetsemaid ja paindlikumaid õppimisvõimalusi. Kaugõppe võimalused peaksid toetama inimeste võimalusi õppida igal pool, igal ajal ja igas kohas. Infoühiskonna õppimine tähendab suunda infokogumisest kogemuse kogumisele. Informatsioon on kättesaadav raamatukogude ja infotehnoloogiate vahendusel, õppimise puhul on oluline suuta seda informatsiooni mõtestada, analüüsida ja seostada ning sellest uut kogemust välja selekteerida. Sellega seostub ka nomaadiline või metsik õppimine.

See tähendab seda, et õppimine läbi analüüsi ja refleksiooni leiab aset igal pool ja igas elusituatsioonis (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Infoühiskonna õppimist tähistab ka kollektiivsuse märksõna – õppimine ei ole mitte õppuri ja õppejõu vaheline teadmiste „pähe kallamine“, vaid analüüsi ja refleksiooni protsess õppurite kollektiivis. Igal õppuril on midagi protsessi panustada ja õppejõu roll ei ole enam olla ammendamatu informatsiooni allikas, vaid õppeprotsessi vahendaja ja suunaja. Õppejõud ei ole enam kõike teadev autoriteet, vaid peab oskama ka õppurite kogemusi teadmisteks muuta (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Nagu eelnevast näha, on internet ja infoühiskond äärmiselt olulised sotsialiseerumise ja õppimise vahendid ning seda mitte ainult nende sõnade traditsioonilises mõttes, vaid arvestades üha olulisemaks muutuvat elukestvat õpet ja mitteformaalset haridust. Inimeste huvi taolise eneseharimise ja kogemuste omandamise vastu ei tasu alahinnata ning usun, et ka loodavas internetikeskkonnas on oluline anda noortele võimalus eelkõige kogemusi vahetada, end tarviliku infoga kurssi viia ning saada juurde uusi teadmisi neile olulistel ning neid huvitavatel teemadel.

#### **2.5.1.2 Internet suhtluskeskkonnana**

Lähtudes kasvõi iseenda, oma sõprade või töökaaslaste kogemusest, on internet muutumas üha enam ka suhtluskeskkonnaks. Selles pole ka midagi imelikku – on ju tehnoloogia nüüdseks juba laialt levinud, kasutamine on paljuskui mugavam kui traditsioonilistel kommunikatsioonitehnoloogiatel ning samuti oluliselt odavam – enamasti suisa tasuta.

Infoühiskonna protsessid on linnastumisprotsesside edasiarendused tehnoloogiate võimalusi kasutades. Nii on sarnaselt linnastumisele võimalik rääkida infoühiskonnas toimuvate suhete teisenemisest ning nende protsesside mediatiseeritusest IKT abil (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Uus meedia ei ole mitte ainult infoallikas, vaid enamkogenud inimeste jaoks on Internet paljuski suhtlemiskeskond (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004). Erinevates vanuserühmades täidab veeb erinevaid funktsioone. Kui 6-14-aastaste seas on meelistegevuseks mängude mängimine, siis 15-24-aastaste vanuserühmas tõuseb esikohale suhtlus oma sõpruskonnaga e-maili vahendusel. Noored armastavad ka internetis juhuslikult surfata (EMOR 2004a). Lisaks e-maili vahendusel on viimastel aastatel teinud tõenäoliselt pöördumatu võidukäigu ka *online*-suhtlus, mis on muutunud oluliseks osaks paljude inimeste vabast ajast, kuid samuti ka oluliseks töö ja koolitöö vahendiks.

Internet, sarnaselt telefonile, on võrgustikuline tehnoloogia, mis tähendab seda, et tehnoloogia väärtus on nähtav ennekoike siis, kui võrgus on ka teisi. Nii on inimestel mõtet omada telefoni vaid siis kui on kellele helistada. Samamoodi on Internetil väärtus kommunikatsiooniruumina vaid siis, kui seal on teisi, kellega suhelda (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Aja ja ruumi muutustega ja kommunikatsioonivahendite laienemisega seoses on võimalik rääkida suhtlusringkonna laienemisest, see loob võimaluse laiendada oma suhtlusringkonda kaugemale traditsioonilistest piiridest. Uus meedia annab inimestele täiendava võimaluse tutvuda ea- ja huvikaaslastega, luua sõprussuhteid, aga ka näiteks abielluda (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Info ja teadmiste olulisus ühiskonnas toob kaasa ka teatud muutusi info käitlemises ja kasutamises. Nagu õppimise juures räägitud, on peast asjadest teadmisest olulisem oskus infot leida. Inimeste igapäevast suhtlust elektroonilises keskkonnas iseloomustab võimalus info jagamise kaudu jagada ka meeleolusid ja teadmisi. Lisaks on pidev võimalus uut infot toota olles ise kunstnik, helilooja, kirjanik (Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004).

Internetisuhtlus on ilmselgelt tulnud, et jääda ning vaevalt sellele keegi praegu vastu julgeb vaielda. Kusjuures tegemist ei ole tehnoloogiaga, mis on tulnud et olla üheülbaline mugav kommunikatsioonivahend, vaid pidevalt ja ülikiirelt arenevate dünaamiliste

võimalustega keskkonnaga, mis on muutumas üha olulisemaks osaks meie igapäevaelust. Selle on ära tabanud ka internetikeskkonnad ja internetipakkujad ning pea kõigis portaalides või suuremates keskkondades on olemas oma e-posti võimalus, sageli ka jututoad ja foorumid. Kui enne suhtluse „võrku kolimist” oli igal inimesel üks identiteet, üks nägu ja üks postiaadress, kuhu sõber sai kirju saata, siis interneti massilise levikuga on seis sootuks muutunud – ma olen üsna kindel, et pea kõigil noortel, kes aktiivselt internetti kasutavad, on näiteks rohkem kui üks e-maili aadress, nad osalevad jututubades ja foorumides erinevate nimede all jne.

### **2.5.1.3. Internet ja virtuaalne identiteet**

Internetikeskkonda luues on oluline kasutajatele taolist võimalust ka pakkuda ning anda inimestele võimalus end identifitseerida just nii nagu nad seda ise soovivad – kas siis sarnase lõpuga e-posti aadresside või millegi muu kaudu. Aga kui palju üldse inimestel võib ja saab erinevaid virtuaalseid identiteete olla? Ja kui suur on vajadus ja soov nende järele? Näib, et mingeid piire siin ei ole ning kõik sõltub inimesest endast.

Halli järgi on identifitseerimine kui strateegiline ja positsiooniline vaade identiteedile kasulik: see aktsepteerib, et identiteedid pole mitte kunagi ühesugused ning et hilisel modernsel ajal on need üha rohkem killustunud ja purunenud, tihti huvitavad ja vastakad diskursused, praktikad ja positsioonid (Hall 2000).

Sisuliselt võib väita, et vanad identiteedid, mis stabiliseerisid sotsiaalset maailma pikka aega, on kadumas, tõstes esile uued identiteedid. Seda niinimetatud identiteedi kriisi vaadeldakse osana laiemast muutuste protsessist, mis nihestab modernsete ühiskondade keskseid struktuure ja protsesse ning õõnestab raamistikku, mis tagas indiviididele stabiilse „ankrus seismise” sotsiaalses maailmas (Hall 1995).

Absoluutse tähtsusega Halli identifitseerimise mõistes on erinevuse roll identiteedi määramisel – kõik identiteedid sõltuvad välistamisest, „teistsugususest”. Kes me oleme, määratletakse selle järgi, kes me ei ole. Probleem erinevustega tegelemisel, milleni see

idee juhatab – niinimetatud hierarhia vägivaldsus, mis on ette nähtud sissearvatute ja väljaarvatute vahel – varjutab identiteedi olemust (Bell 2001).

Kindlasti paneb selline lähenemine paika identiteedi „töötamise“ (funktsioneerimise) küberruumis – teatud kriitikute järgi küberruum kaotab hierarhia, muutes erinevused nähtamatuks, samas kui teiste arvates küberruum sõnastab erinevused ümber, luues isegi kinnisideid (ebajumalaid). Kuidas iganes me mõistame, kes me oleme, selge on see, et identiteedi küsimused nõuavad mõtlemist teistele (Bell 2001).

Interneti lai levik ja anonüümsus võimaldab võtta kasutajatel ka erinevaid rolle ja luua endale erinevaid identiteete, mis virtuaalsetes kogukondades mängivadki võtmerolle. Suhtlemises, mis on seal peamine tegevus, on interaktsiooni mõistmiseks ning hindamiseks äärmiselt oluline teada nende identiteete, kellega suhtlete. Kuigi tegelikult on kehatu virtuaalmaailmas ka identiteedil võimalik rohkem kui üks tõlgendus ning mitmed tavamaailmas olulised karakteristikud isiksuse ja sotsiaalse rolli kohta puuduvad sootuks (Donath 1999).

Füüsilises maailmas on isiksus ühtne, keha moodustab identiteedi lahutamatu osa ja kehtib reegel: üks keha – üks identiteet. Kuigi isiksus võib olla väga keeruline ning muutuda olenevalt ajast ja oludest, on keha selle jaoks otsekui stabiliseeriv ankur. Virtuaalmaailmas on asjad pisut teisiti – identiteet koosneb informatsioonist, mitte füüsilisest sisust ja selle käega katsutamatu maailma asukad on vabad keha „ankrust“. On öeldud, et inimesel saab olla nii palju virtuaalseid minasid kui tal on aega ja tahtmist neid luua (Donath 1999).

Kuidas suhestuvad omavahel erinevad identiteedid, kellel on sama looja? Kas virtuaalsed isikud kannavad samu väärtusi ja vastutust, mis nende loojad? *Online*-kogukonnad kasvavad väga suure kiirusega ning seal osalejad puutuvad taoliste küsimustega kokku juba igapäevaselt ja see on muutumas olulisimaks küsimuseks (Donath 1999).

Identiteedi märgid virtuaalmaailmas on nõrgad, kuid need on ometi olemas. Inimesed võtavad omaks sarnased e-maili aadressid, kirjade signatuurid jms., uued ühised fraasid ja sõnavara näitavad, et nad on teatud subkultuuri või kogukonna liikmed (Donath 1999).

Nagu näha on internetikeskkondade loomisel üks olulisi kasutajate ootusi just teatud kogukonna ja grupi kaudu identifitseerimise võimalus – inimesed saavad luua endale identiteedid, millel on mingi ühisosa. Tekib omamoodi subkultuur mis annab inimestele võimaluse ennast välja elada ning tunda kaasatuna, tunda osana millestki „suuremast”.

#### **2.5.1.4 IKT kasu organisatsioonidele**

Kuna portaal on eelkõige mõeldud info hankimise kohaks noortele ning info väljundiks noortekeskustele ja -organisatsioonidele, on oluline mõista ka IKT tähendust organisatsioonide jaoks. Uue meedia ja infoühiskonna loengu järgi annavad IKTd kasu ka organisatsioonidele, pakkudes neile:

1. etteteatamissüsteemi, kui organisatsiooni kliendid on näiteks liidetud elektroonilise võrgustiku kaudu, siis on võimalik teavitada võrgustiku liikmeid sündmustest ette.
2. info jõudmine inimesteni õigeaegselt
3. aitab ühendada inimesi, luua suhete võrgustik, mis organisatsiooni toetab.
4. pidevat infovahetust soodustav keskkond, kus infot ei anta mitteühesuunaliselt organisatsioonist inimesteni, vaid ka inimestelt organisatsioonini ning võrgustikku kuuluvate inimeste vahel.
5. võimalus kaasata kõiki organisatsiooni protsessidesse
6. intellektuaalse kapitali mitmekordistamine, kasutades organisatsiooni huvides ära ka neid inimesi, kes otseselt organisatsiooni ei kuulu.
7. jagatud sotsiaalne ruum geograafiliselt kaugetele inimestele
8. innovatiivsuse mitmekordistamine, seda tänu suurenenud intellektuaalsele kapitalile ja klientide kaasamisele.
9. kollektiivne mälu, mis võib olla lisaväärtus, aga ka probleemiks, võrgustikku liitunud võivad mäletada nii häid kui halbu asju.
10. liikumine info jagamiselt ühise teadmise suunas
11. võimalus saada endale parimad inimesed üle maailma

(Pruulmann-Vengerfeldt & Runnel 2004)

Võib julgelt öelda, et IKT on tulnud, et jääda ning selle tähtsust ning rolli meie kõigi igapäevaelus on raske alahinnata. Seepärast on oluline, et me teaks „temast” võimalikult palju ning oskaks teda võimalikult hästi kasutada – seda nii õpi- kui suhtluskeskkonnana. Kasu IKTst saavad aga lõigata kõik – nii isikud, organisatsioonid kui ka riigid ning kokkuvõttes kogu ühiskond tervikuna.

## **2.5.2 Noor internetikasutajana**

Selleks, et luua portaal mingile kindlale sihtrühmale, on esmalt vajalik tutvuda selle sihtrühma internetitarbimise harjumustega. Selles peatükis analüüsin peamiselt Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas 2002. aastal üliõpilaste poolt tehtud seminaritöid, kus on läbi viidud uuring ning püütud kaardistada erinevaid tarbimisharjumusi. Üritan saada ülevaadet nii ajalisest, soolisest kui vanuselisest vaatenurgast, samuti toon välja erinevad huvid ja ootused, mis noortel on ning nende kogemuse – kuidas nad on seniajani internetti kasutanud, mis neid seal huvitab ning mida nad kõige meelsamini internetis teevad.

### **2.5.2.1 Kes ja kui palju Internetti kasutavad**

Kõige aktiivsemad internetikasutajad on EMORi (2004a) andmeil 12-24-aastased noored, kellest ligi 90% kuuluvad internetikasutajate kogukonda. Internetti õpitakse kasutama aga veel nooremalt. 6-9-aastastest kasutab veebi juba kaks kolmandikku. Sellele jääb internetiseerituselt alla ka aktiivses tööeas 25-49-aastaste põlvkond, kelle hulgas on internetikasutajaid 58%. Oluliselt madalam on veebikasutus üle 50-aastaste seas, kus vaid iga viies on internetti kasutanud. Nende seas on loomulikult ka kõige enam interneti-eitajaid, kes ei ole huvitatud uue tehnoloogia kasutama õppimisest.

Tartu Ülikooli Ajakirjandus ja kommunikatsiooni osakonna läbi viidud uuringus Mina. Maailm. Meedia (Meema) (Kalmus et al. 2004) selgub, et enamik noori (vanuses 15-29) hakkas arvutit ja Interneti kasutama 2-3 aastat tagasi. Kui kooliealised kasutavad Interneti koolis keskmiselt paar korda nädalas, siis juba tööl käivatest noortest vanuses 20-29 aastat kasutavad netti igapäevaselt peaaegu 2/3. Ligikaudu sama on arv ka 15-29 aastaste noorte koduses internetikasutamises. Interneti eelistavad ajaviitekanaline ning kasutavad teda meelelahutuseks neli noort (vanuses 15-19) viiest.

Enamik õpilasi, kelle jaoks interneti sisse „logimine“ on igapäevane tegevus, elab linnas ning õpib eesti õppekeelega koolis. Mida vanemaks õpilased saavad, seda aktiivsemalt hakkavad nad interneti kasutama (Henno 2002). Enamasti kasutab abiturient interneti 2-3 korda nädalas, päevas kulutavad nad sellele keskmiselt alla tunni, üle kolme tunni korraga on internetis vähesed poisid ja tüdrukud (Lust 2002).

Poiste ja tüdrukute seas ei ole eriti suurt erinevust, kuid tüdrukud külastavad interneti veidi sagedamini kui nende vanused vastassoo esindajad. Kodus internetiühenduse olemine mõjutab kooliõpilasi sagedamini surfamise eesmärgil arvuti taha istuma, sagedamini teevad seda koolinoored, kelle kodus on internet püsiühendusega. Aktiivsetel internetikasutajatel on valdavalt kõigil olemas isiklikud elektronposti aadressid ning nad suhtuvad oma arvutikasutamise oskustesse kriitiliselt. Samas hindavad nad internetist saadavat infot piisavalt usaldusväärseks (Henno 2002).

Selle uuringu tulemuste kriitikaks on tõsiasi, et tegemist on 3 aastat vana uuringuga. Selle ajaga on oluliselt kasvanud arvutite rohkus Eesti peredes, kuna arvutite hinnad on muutunud kordi odavamaks kui mõne aasta eest. Kui mõni aasta tagasi maksis koduarvutikomplekt veel mitu keskmist kuu palka, siis praegu saab uue arvutikomplekti juba vähem kui keskmise kuupalga eest. Samuti on oluliselt suurem osa arvuteid ühendatud interneti püsiühendusega, mille on tinginud eelkõige püsiühenduste hinnalangus ning teenusepakkuja tehniline areng, mis on võimaldanud püsiühendused viia ka näiteks maapiirkondadesse.



Interneti olemasolu ja massiline kasutamine on kujunenud tänapäeva Eesti iseloomulikuks jooneks. Tiigrihüppe Sihtasutuse (2004) järgi väitis vaid 6% 2004. a küsitletud noortest, et nende kodukandis pole võimalik internetti kasutada.

Igapäevaste internetikasutajate hulgas on populaarne saata iga päev e-maile, külastada jututubasid ning portaale. Moes ei ole e-kaubamajadest asjade ostmine ning täiskasvanutele mõeldud lehekülgede vaatamine (Henno 2002). Viimatimainitud siiski tõenäoliselt pigem häbenetakse tunnistada. E-posti kasutamises on tõusnud nii kasutajate hulk kui ka kasutussagedus. Õpilaste hulgas on meilimine mõnevõrra rohkem levinud gümnaasiumis, kuid aastatega on vahe VIII ja XI klassi näitajate vahel vähenenud 4%ni (Tiigrihüppe SA 2004).

Teemadest, millest laps sooviks olla kodus rohkem informeeritud, on kõige olulisem noorte arvates vaba aeg ja sellega seonduv: kuidas seda veeta, hobidega seonduv, kohad kuhu välja minna, sport, muusika, reisimine ja muu (UNICEF 2001).

Vaadates internetikasutajate tüüpe ning nende jaotumist erinevates vanuserühmades (Kalmus et al. 2004) (LISA 8), tuleb välja, et 15-19 aastaste vanuserühmas on 49% „suhtlejad“ – väga aktiivsed jututubade, meililistide, foorumite ja kiirsõnumivahetuse (ICQ, MSN) kasutaja, teised kasutusvaldkonnad on neile hoopis vähemtähtsad. 28% on virtuaalses avalikkuses osalejad – eeskätt on ka nemad orienteeritud foorumites ja jututubades osalemisele – ning natuke alla viiendiku on mitmekülgsed võrgusolijad, kelle puhul internet on ennekõike keskkond, kesksel kohal on inimestevaheline suhtlemine, praktilise info saamine. Mitmekülgsed infokasutajaid, eraeluliste teenuste kasutajaid ja vähekasutajaid on selles vanuserühmas väga väike osa.

Natuke vanemate (20-29 aastaste) hulgas on proportsioon juba oluliselt muutunud – ligi 48% on mitmekülgsed võrgukasutajad, 25-26% on nii mitmekülgsed infokasutajaid, suhtlejaid kui virtuaalses avalikkuses osalejaid, 38% on eraeluliste teenuste kasutajaid. Vähekasutajaid on teistest kasutajatüüpidest oluliselt vähem – kõigest 12%.

Võrreldes teiste vanusegruppidega, tulebki välja, et mida noorem internetikasutaja, seda rohkem kasutab ta internetti pigem suhtlemiseks kui enda jaoks olulise info otsimiseks,

oma arvamuse avaldamiseks ning vajalike toimingute tegemiseks. Alates 55. eluaastast aga väheneb internetikasutajate arv oluliselt ning peamiseks kasutajatüübiks on vähekasutaja. (LISA 8)

### **2.5.2.2 Internet ja koolitöö**

Kuna sihtrühmaks on peamiselt õppivad (kas siis kesk- või kõrgkoolis) noored inimesed, kasutatakse eeldatavalt internetti üsna palju ka koolitööga seonduva info hankimiseks ja vahetamiseks.

Internet on praeguseks saanud kooliõpilaste oluliseks infoallikaks nii koolitöö seisukohalt kui ka uudistest ja muudest huvipakkuvatest küsimustest teadasaamisel ning suurem osa uuritud õpilastest kasutab internetti infoallikana mitmel eesmärgil. Interneti kasutajate protsendid erineva info leidmisel on kokkuvõttes kõrged, kuid mistahes info otsimine on igapäevane tegevus vaid vähestel õpilastel, pigem tegeletakse sellega mõõdukalt või harva (Raud 2002).

Koolitöö jaoks vajaliku info otsimiseks kasutab internetti 85% 12. klassi õpilastest. Ligi pooled vastanuist teevad seda kord nädalas ning ligi neljandik otsib kooli jaoks infot 2-3 korda nädalas. Iga päev tegeleb sellega 8,7% ja harvem kui kord nädalas 7,3% õpilastest. 219st vastanust 12,3% ei kasuta internetti koolitöö jaoks info otsimiseks üldse, nende seas 15 kuuenda ja üks 12. klassi õpilane (Raud 2002).

Koolitöö jaoks otsib internetist infot seega suurem osa õpilastest, juba 6. klassis teevad seda pooled. Kuna 12. klassis on infot juba märksa rohkem vaja, on loomulik, et nemad seda ka internetist noorematest tunduvalt enam otsivad. Vaid kooli jaoks ei ole üks kord nädalas internetti kasutades tegelikult vähe, eriti kui tegemist on põhi- ja keskkooli õpilastega. Iga päev kooli tarvis materjali otsimine näitab juba tõelist agarust, seepärast on isegi nii väike protsent nagu 8,7 üsna üllatav. Samuti see, et kui paar korda nädalas info otsijad välja arvata, tegeletakse 6. ja 12. klassis sellega enam-vähem sama palju (Raud 2002).

Muudele küsimustega interneti poole pöördujaid on peaaegu sama palju kui koolitöö jaoks info otsijaid (67%), kõige suurem arv õpilasi tegeleb sellega ka sama tihti. Neid, kes sel põhjusel internetti paar korda nädalas külastavad, on juba mõnevõrra rohkem (Raud 2002).

Uudistelistidest uudistelugejaid on 61% õpilastest, sagedamini loetakse uudiseid 2-3 või 1 kord nädalas, iga päev teeb seda peaaegu 10% vastanutest. Ajalehti ja ajakirju loeb internetist 60% õpilastest, suurim arv vastanuist – 35% - teeb seda kord nädalas, igapäevaseid lugejaid on 7% ning üldse ei loe internetist ajalehti-ajakirju 22% vastanutest.

Veebilehekülgedel surfajaid on 66% õpilastest ning 17% vastanutest ei tegele sellega üldse. Neid, kes sellega igapäevaselt tegelevad, on nooremate hulgas rohkem, arvestades seda, kui palju õpilased internetist uudiseid loevad ja kooli jaoks materjali otsivad, on huvitav, et veebilehekülgedel surfajaid keskmiselt sama palju on. Siiski on neid, kes seda üldse ei tee, mõnevõrra väiksem hulk ning igapäevaseid surfajaid on märksa rohkem ja nooremaid nende seas isegi rohkem (Raud 2002).

### **2.5.3 Portaalid**

Internetikasutajate hulk tõuseb aasta aastalt. Inimesed kasutavad interneti erinevatel eesmärkidel. Interneti vahendusel on võimalik teha praktiliselt kõike: lugeda ja saata kirju, suhelda tuttavatega *online*, lugeda ajalehti, osta riideid, süüa, tellida taksot jne. Siiski kasutab enamik inimestest interneti mitmesugusteks infootsinguteks, sest seal liikuv info on kõige operatiivsem ja kergemini töödeldav (Linnamäe 2003).

Vajaliku info leidmine internetist nõuab aga teatavat vilumust, sest informatsioon paikneb sageli kaootiliselt laiali ning lihtsalt mõnest levinud otsingumootorist vajaliku infoni jõudmine on tulenevalt Internetis sisalduva info tohutust mahust teinekord äärmiselt keeruline ja aeganõudev (Linnamäe 2003).

Internetis nihkub paigast ära meile harjumuspärane aeg-ruum maailmakäsitlus, kuna “ruum” ei ole enam oluline ning just “aeg” omandab järjest suuremat tähtsust. Kitsendades interneti definitsiooni, võib seda kasutada ka portaalide puhul. Portaalid kujutavad endast mõnes mõttes interneti minimudelit (Linnamäe 2003).

Portaalid ehk nn võrguvärvad on tähtsal kohal internetis orienteerumises, sest ühendavad endas sageli erinevaid saite ja interneti kasutamisevõimalusi (e-mail, uudiste lugemine, suhtlemine, meelelahutus jms) (Linnamäe 2003).

Portaalid on mitmeid erinevaid teemakatalooge sisaldavad www-leheküljed. Enamus portaale on kommertsettevõtted, mille ainuke tuluallikas on reklaami müük, seega sisaldavad need ka rohkelt reklaame ja *pop-up*’e. Et müüa reklaami võimalikult palju ja võimalikult kallilt peab olema suur kasutajaskond. Erinevad võrguvärvad üritavad meelitada kasutajaid erinevate võtetega, lisaks asjalikule ja põnevale sisule rõhumisele (nagu seda teevad ajalehed-ajakirjadki) kasutatakse veel mitmeid levinud turundusvõtteid – igat liiki tarbijamängud, kus kasutajal on võimalik midagi võita, erinevad sooduspakkumised jne. Eesti tasandil võib mittekommerts-portaaliks nimetada näiteks [www.riik.ee](http://www.riik.ee) ‘d, kuid sarnaseid analooge on vähe (Linnamäe 2003).

Mitmekihilisus ja hõlmavus on portaalide puhul kõige olulisemateks märksõnadeks. Portaal ei ole lihtne kahemõõtmeline lehekülg, kust leiab erinevat infot, portaali puhul on erinevad infokihid omavahel läbi põimunud. Lugeses värsket uudist, on tavaliselt loo lõpus ka viited eelmistele antud teemaga haakuvatele lugudele. Delfi.ee kasutab ka jutusisese viitamise võtet – klikates erinevatel sõnadel artikli sees, jõuate seotud leheküljeni. Mitmekihilisus avaldub ka kommenteerimise võimaluses – erinevaid lugusid saab kommenteerida, avaldada oma arvamust. Kommentaari juurde käib reeglina ka autori nimi ja e-maili aadress, mille kaudu saab kirjutajaga ühendust võtta (Linnamäe 2003).

Samuti saab paari hiirevajutusega saata huvitava loo sõbrale. Minnes uudisportaalidest edasi meelelahtus- ja pildiportaalide (n. rate.ee) juurde, siis ka need on väga keeruka struktuuriga – alustades piltide (teisel juhul uudiste) hindamisest ja kommenteerimisest

ning minnes edasi erinevate küsitluste, foorumite ja muu meelelahutuse ni. Ühesõnaga – portaal kujutab endast väga keerukat süsteemi, kus erinevad suuremal või vähemal määral iseseisvad osad on omavahel ometigi väga tihedalt seotud ja läbi põimitud (Linnamäe 2003).

Portaalid pole enamasti suunatud ühele kindlale sihtgrupile. Enamasti hõlmavad portaalid teemakatalooge erinevatele sihtgruppidele: naised, vanurid, noored, ärimehed jms. Lisaks isikutepõhisele jaotusele on ka veel traditsiooniline temaatiline jaotus – siseuudised, sport, kultuur jne. Teemakataloogid paiknevad esilehel ning sealt on siis võimalik edasi “liikuda” erinevatele teemadele. Teemakataloogide lugejale atraktiivsemaks muutmiseks on tavaliselt toodud ka iga teema juures värskemad/huvitavamad lood, sageli ka hittloo esimene lõik, et paeluda lugeja tähelepanu (Linnamäe 2003).

Portaalide oluliseks tunnuseks on uudiste lugemise võimaluse pakkumine. Internet võimaldab informatsiooni kiiret liigutada ja seetõttu on päevakajaliste teemade kajastamine lehekülgedel väga levinud. Portaalid on mõnes mõttes konkurentideks ka ajalehtedele ja ajakirjadele, sest kasutavad mitmesuguseid allikaid. Kui trükimeedias esinev info saab värskeneda ainult kord päevas (uue lehe ilmumisega), siis portaalide uudisküljed täienevad nõ. jooksvalt – uudise valmides lisatakse see ka lehele. Uudised pakuvad näiteks [www.riik.ee](http://www.riik.ee), [www.delfi.ee](http://www.delfi.ee), [www.uno.ee](http://www.uno.ee) ja [www.everyday.com](http://www.everyday.com) (Linnamäe 2003).

Osa portaale on aga suunatud ainult teatud kindla valdkonna katmisele. Näiteks rate.ee, mis on peamiselt pildi- ja suhtlusportaal. Lühikese ajaga Eesti edukaimaks portaaliks tõusnud rate.ee ei paku uudised üldse, küll aga mitmeid meelelahutusi. Kasutajaks registreerunu saab vaadata, hinnata ja kommenteerida teiste pilte, samuti suhelda kasutajatega nii privaatset kirjavahetust pidades kui ka avalikult foorumis või jututoas sõna võttes (Linnamäe 2003).

Samuti on kitsendatud [www.one.ee](http://www.one.ee), mida nimetatakse mobiilkommunikatsiooniportaaliks. Antud sait ei paku ka uudised vaid võimalust teha e-meili aadress ja saata sms'e. [www.uno.ee](http://www.uno.ee)'s on olemas ka rate.ee'le analoogne *cyberdate*, viimaste kuumimates

klubides toimunud pidude pildid koos kommenteerimisvõimalustega jne. Omapärane on uno.ee juures veel *jukebox*, millega saab kuulata hittlugusid otse internetis, seejuures ühegi autorikaitse vms seadusega pahuksisse minemata (Linnamäe 2003).

### 2.5.3.1 Noored ja portaalid

Kuna minu seminari- ja bakalaureusetööna valmib portaal, siis on oluline vaadata ka, millised on noorte portaale puudutavad eelistused ja tarbimisharjumused – milline on populaarne portaal, millised lisad seal on, mida portaalides peamiselt tehakse.

Info otsimise või pakkumisega seotud www leheküljed kooliõpilaste hulgas osutusid kõige populaarsemateks www lehekülgedeks üldse, need on portaalid [www.everyday.ee](http://www.everyday.ee), [www.hot.ee](http://www.hot.ee) ja [www.neti.ee](http://www.neti.ee). Üheks enimkasutatavaks leheküljeks osutus ka [www.delfi.ee](http://www.delfi.ee), samuti märgiti korduvalt ära välismaised portaalid [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com) ning eriti otsingumootor [www.google.com](http://www.google.com). Üksikuid häáli said veel CNN, ETA, [www.mega.ee](http://www.mega.ee), parimate/kasulike lehekülgedena mainiti ka uuringuid, õpetusi, õppematerjale, korduvalt uudiseid (Raud 2002).

Siinkohal tuleb tähelepanu juhtida asjaolule, et kuigi antud uuring on kõigest 3 aastat vana, siis internetimaastik muutub pidevalt, mistõttu ei ole ka lehekülgede edetabel enam kindlasti selline nagu antud uurimuses välja toodud – mitmeid selle uurimuse käigus suhteliselt kõrgele asetunud portaale või lehekülgi pole enam olemaski, samas on lühikese ajaga ülipopulaarseteks saanud paljud uued leheküljed. Siiski on usutavasti interneti kasutustendentsid jäänud samaks – populaarseimad leheküljed on erinevad otsingumootorid ja portaalid, viimastest on ülipopulaarseteks osutunud just suhtlusportaalid nagu [www.rate.ee](http://www.rate.ee), [www.orkut.com](http://www.orkut.com) jne.

Emor (2004b) toobki oma 2004 aasta internetistatistikas välja viis Eesti külastatavamat internetikeskkonda – Neti, Delfi, Hot, Everyday ja Google, kuid uskudes näiteks Rate.ee statistikad, näidatakse Rate.ee-s (2005) päevas rohkem kui 12 miljonit lehte, mis

moodustab umbes kaks kolmandikku kogu eesti interneti mahust. Rate.ee-d kasutab iga kolmas eestlane.

Ka minu bakalaureusetöö eelfaasis läbi viidud uuring kinnitab sellist fakti – ülekaalukalt populaarseimaks ja enim kasutatavaks osutus vastanute seas [www.rate.ee](http://www.rate.ee), järgnesid [www.hot.ee](http://www.hot.ee), uudisteportaal [www.delfi.ee](http://www.delfi.ee) ja viimastel aastatel ülemaailmset võidukäiku tegev otsingumootor [www.google.com](http://www.google.com).

See, et otsingumootorid ühed kõige populaarsemad www-leheküljed on ning portaaliid neile vääriliselt sekundeerivad, näitab, et õpilased hindavad info otsimise võimalust interneti juures kõrgelt. Kuigi portaalide puhul on oluline osa erinevatel suhtlemis- ja ajaviitevõimalustel, pakuvad nad ka pidevalt erinevatesse rubriikidesse jagatud infot, päevauudiseid, otsingumootoreid jm (Raud 2002).

Portaale kasutavad õpilased suhteliselt palju – 43% õpilastest teevad seda 2-3 nädalas, ligi veerand vastanutest iga päev või üks kord nädalas, 7% kasutab paar korda kuus ja 4% kasutab portaale veelgi harvem (Laos 2002).

30% vastanutest pidas uudiseid portaalides üsna huvitavateks, 17% ei osanud öelda, kui palju huvitavad teda portaalide juures uudised (Laos 2002). Portaalides, mis pakuvad peale info palju kasulikke ja põnevaid võimalusi, peab suur osa 12. klassi õpilasi just uudiseid kõige huvitavamaks, internetist hangitud infot peavad uurimisalused õpilased pigem usaldusväärseks (Raud 2002). Kooliõpilased peavad uudiseid portaalide juures väga vajalikeks, seega peab neile väga palju tähelepanu pöörama. Uudised peavad olema kättesaadavad, faktitäpsed ja värsked. Portaalides teistega suhtlemist või jututubasid pidas rohkem või vähem huvitavateks 57% vastanutest, 21% pidas neid kõige huvitavamateks ning absoluutselt ei huvitunud taolisest suhtlemisest 4% vastanuid - seega on suhtlemine portaalide vahendusel kooliõpilaste seas hinnatud lisavõimalus (Laos 2002).

Üsna ootuspäraselt selgus, et noored on väga aktiivsed internetikasutajad – rohkem kui neli õpilast viiest kasutab interneti. Arvestades, et tegu on siiski kolm aastat vana

uuringuga ning vahepeal on arvutite ning interneti kättesaadavus elanikkonna hulgas veel omajagu suurenenud, julgen arvata, et see arv veelgi suurem.

Info otsimiseks kasutatakse põhiliselt erinevaid kodu- ja välismaiseid otsingumootoreid, portaale kasutavad noored peamiselt suhtluskeskkonnana – käiakse jututubades, osaletakse foorumides, otsitakse uusi tutvusi. Vähem kasutatakse internetti koolitööks ja huvitegevuseks vajaliku info otsimiseks, üsna vähene osa peab huvitavaks uudiseid.

## **2.6 Uurimisküsimused ja hüpoteesid**

Tööd läbivad uurimisküsimused võib tingituna töö spetsiifikast jagada kaheks – kõigepealt teoreetilised küsimused, mille vastused tuginevad erinevatel teoreetilistel ja empiirilistel allikatel ning praktilised küsimused, mis on seotud konkreetse portaali teostamise ja valmimisega.

Üheks peamiseks uurimisküsimuseks, mis annab aluse ja suuna edasistele tegevustele, on selgitada välja, milleks ja kui palju sihtgrupp/noored üldse internetti kasutavad.

Teiseks samasuguseks põhiküsimuseks oleks, kui palju, kui kergesti ja kiiresti leiavad noored üles info, mis neid huvitab ja neile vajalik on ning kui kvaliteetne ja usaldusväärne leitud info on.

Järgmised uurimisküsimused lähtuvad juba konkreetselt minu töö spetsiifikast ning praktilisest väljundist – milline peaks olema üks portaali või internetikeskkond, et see oleks noortele atraktiivne, seda kasutataks ning sellest tekiks oma kogukond?

Peamiste hüpoteesidena, millest tulenevad ka edasised analüüsid ning tekkivad kitsaskohad, olen seisukohal, et noored kasutavad internetti vaid meelelahutuseks, nad ei ole kvaliteetsed infotarbijad ning isegi kui neid huvitab „asjalikum” info, on see tavaliselt pandud niivõrd ebaatraktiivsesse vormi, et see lihtsalt ei jõua noorteni.



Sellest hüpoteesist lähtub ka minu järgmine uurimisküsimus – kuidas viia „asjalik” info noorteni, kes suurema osa ajast lihtsalt internetis surfavad?

Lahendusena viimasele küsimusele pakun välja ka hüpoteesi, et noorteni „asjaliku” info viimiseks tuleb see esitada koos nende igapäevase internetikeskkonnaga, segada see meelelahutusega ning panna neile atraktiivsesse vormi, muutes selle huvitavaks ja vastuvõetavaks ning luues ühtse internetikogukonna, mille liikmed osaliselt jagavad sarnast identiteeti.

### 3. METOODIKA JA VALIM

Kuna minu bakalaureusetöö tulemiks on reaalne portaal, pidasin siiski ka vajalikuks läbi viia veel täiendavaid uuringuid – lisaks juba toodud empiirikale viisin omaltpoolt läbi ka ankeetküsitluse (LISA 1) ning intervjuu kahe noorteportaali toimetaja/haldajaga (LISA 9).

Uuringu vormiks valisin standardiseeritud ankeetküsitluse, kuna see annab kõige täpsema ning selgemini mõõdetava tulemuse internetitarbimise harjumuse osas. Võimalik oleks olnud uuring läbi viia näiteks ka kvalitatiivse intervjuu vormis, kuid sellisel juhul ei oleks saanud haarata nii suurt valimit ning oleks raskem üldistusi teha ning trende välja tuua.

Uuring koosnes 16 küsimusest, mis omakorda jaguneb kolmeks blokiks – esimeses blokis uurisin noorte demograafilisi näitajaid ja internetikasutamise harjumusi üldiselt, teises Tartu noori huvitava info kättesaadavust ja noorte huvi info vastu ning kolmandas noorte harjumusi, käitumismalle ja ootusi seoses erinevate internetikeskkondade ja –portaalidega.

Valimi suuruseks on 58 noort, kes kõik elavad või viibivad suurema osa ajast Tartus või selle lähiümbruses. Täitmiseks antud ankeete oli küll rohkem, kuid ankeedid, milles enamik küsimusi oli vastamata jäetud, jätsin koondist välja. Noormehi oli vastanute seas 22, neiusid 36. Kõigi vastanute vanus jäi 14-22 eluaasta vahele, kuid üle 20 aastaseid vastanuid oli vaid kolm. Vastanute keskmiseks vanuseks on 16,9 aastat.

Uuringut viisin läbi märtsis Tartus toimunud noortele suunatud haridus- ja teadusmessil Intellektika, millega lootsin saavutada võimalikult erinevate noorte osalemist uuringus.

Uuringu tulemusi võtan kokku peatükis „Tulemused”. Uuringu ankeet ning tulemuste koondtabel koos graafikutega on toodud lisadena käesoleva bakalaureusetöö lõpus.

Lisaks kvantitatiivsele uuringule üritan töö tulemuste osas kokku võtta ka portaali sisu ja loomise osas juba reaalselt toimunud protsessi. Viimaste kuude jooksul on portaali initsiaatorgrupp mitmeid kordi kohtunud ning portaali kontseptsioon ja sisu üldjoontes

läbi töötatud. Kuna osalesin ka ise aktiivselt portaali kontseptsiooni, sisu, tehniliste lahenduste ning teavituskampaania kontseptsiooni väljatöötamises, on see osa tahtmata palju subjektiivsem ning minu seisukohtadest mõjutatum kui näiteks kvantitatiivne uuring.

Intervjuud juba olemasolevate noorteportaalide toimetajate/haldajatega olin kahjuks sunnitud läbi viima e-maili teel, kuna vajadus nende järele selgus eelkaitsmisel ning vahepealse aja jooksul ei õnnestunud meil omavahel füüsiliselt kohtuda.

Portaalid, mille toimetajatel palusin küsimustele vastata, valisin välja lähtudes enda arvamusest ja seisukohtadest – Delfi Noortekas kui ülipopulaarse uudisteportali „noortelisa” ja peamiselt noortele olulise informatsiooni edastamisel orienteerunud Tallinna Avatud Noortekeskuste portaali TANinfo.

Küsimused, mis ma eelmainitud portaalide toimetajatele esitasin, koostasid lähtuvalt oma töö spetsiifikast. Kuna portaali realselt ei valmi paralleelselt bakalaureusetööga, vaid eespool juba mainitud nii rahalistel kui muudel põhjustel tõenäoliselt alles suve lõpuks, on vaja mingeid mõõdikuid või kontrollallikaid hindamiseks, kas meie valitud suund ja lähenemine on õige. Kui portaali oleks juba valmis, saaks seda kõige kergemini hinnata kasutusstatistika järgi.

Seepärast uurisingi portaalide toimetajatelt eelkõige seda, kuidas muuta portaali noorte seas populaarseks, millised lisad peaks portaalil olema, milliste eelduste täitmisel on loota, et portaali muutub dünaamiliseks kogukonnaks, mitte ei jää pelgalt ühesuunaliseks infoedastuskanaliks ning kas lähenemine, kus noorteni „asjaliku” info viimiseks tuleks see esitada koos nende igapäevase internetikeskkonnaga ja segada see meelelahutusega, on õige suund lähtudes juba eksisteerivate portaalide haldajate kogemustest.

Küsimused on esitatud ka töö lõpus lisana.

## **4. TÖÖ TULEMUSED**

### **4.1 Tartu noorte internetitarbimine ja info kättesaadavus**

Kuna eespool kirjeldatud noorte internetitarbimine ja infovajadus tugineb suuresti Tartu Ülikooli Ajakirjandus- ja kommunikatsiooniosakonna tudengite poolt 2002. aastal läbiviidud uuringutele ja tehtud proseminaritöödele ning ei käsitle Tartu noori eraldi sihtrühmana, pidasin portaali loomiseks vajalikuks läbi viia ka täiendava standardiseeritud uuringu, mille tulemusena saaks ülevaate just praeguse ajahetke Tartu noorte vajadustest ja harjumustest seoses info ja internetitarbimisega.

Kuigi kolm aastat on iseenesest lühike aeg, on selle aja jooksul Eesti infoühiskond astunud väga suure sammu edasi ja eeldatavalt on noorte internetitarbimine selle ajaga kasvanud ning on välja kujunenud mitmed uued trendid.

Uuringut koostades ja läbi viies püüdsin eelkõige keskenduda Tartu noorte hinnangule neid puudutava info kättesaadavuse ja vajaduse osas ning valimi arvamust ja ootusi seoses erinevate internetikeskkondade ja portaalidega.

#### **4.1.1 Kust saavad Tartu noored olulist infot?**

Küsimusele, kust otsivad ja saavad Tartu noored infot noortekeskuste, -organisatsioonide, -ürituste ja vaba aja veetmise võimaluste kohta, oli kõige levinum vastus „sõpradelt”, nii vastas 75% küsitletuist (LISA 3). See oli ka üsna tõenäoline, kuna noored veedavad suure osa oma ajast ikkagi sõpradega, seda nii koolis kui väljaspool kooliaega ning „suust-suhu” levib info reeglina kõige kiiremini ning kuigi küsitluses seda eraldi ei küsitud, julgen arvata, et seda infot ka usaldatakse kõige enam. Samas leidis ka üksikuid vastajaid, kes vastasid, et sõpradelt ei saa nad sellist infot mitte kunagi.

Info hankimise kanalitena järgnesid sõpradele erinevad interneti otsingumootorid ja portaalid, kuid sageli või kogu aeg otsivad ja leiavad sealt noorteinfot juba pooled või

isegi veel vähem vastanuist. Harva või mitte kunagi saavad internetiportaalist ja otsingumootoritest infot natuke alla 20% vastanuist. Ligi kolmandik kasutab neid infokanaleid Tartu noorteinfo otsimiseks aeg-ajalt. Võrreldes kolme aasta taguste uuringutulemustega (Laos 2002) on portaalist info otsimise kohana oluliselt kasvanud – toona pöördus info saamiseks portaalist poole vaid alla kümnendiku vastanuist.

Üsna kõnekas on ka fakt, et Tartu Noorteakent (<http://noorteaken.tartu.ee>) kasutavad noored info saamiseks välja pakutud variantide seast kõige vähem – mitte kunagi või harva trükib linnavalitsuse noorsooinfo lehekülje aadressi oma internetilehitseja aadressiribale kaks kolmandikku vastanuist ja ainult iga kümnes ütles, et kasutab seda sageli või kogu aeg.

Nõ. miinusesse jäid info otsimise kohtadena ka noortekeskused, kuulutused ja reklaamid ning ajalehed. Seega on väga oluline luua Tartu noortele oma infoportaal, kus nad saaks sõpradega suhelda ning samas kätte ka neile olulise info, sest just need kanalid on noorte seas levinuimad ja populaarseimad.

Küsimusele, kas Tartu noorte jaoks olulist infot on piisavalt saada ja lihtne leida (LISA 3), vastasid peaaegu võrdselt veerand kas „ei” või „ja”. Tähelepanu tasub aga juhtida asjaolule, et ligi pooled vastanuist vastasid sellele küsimusele „ei tea”, mille julgen siinkohal selgelt negatiivseks vastuseks liigitada, kuna sellest tuleb välja, et nad ei ole taolise infoga kokku puutunud. Liites kokku vastused „ei” ja „ei tea”, tuleb välja, et peaaegu kolm noort neljast leiab, et infot on vähe või ei tea sellest infost midagi.

Valdkonniti oli kõige problemaatilisem noortele noorteorganisatsioonide ja noortekeskusi puudutava infoni jõudmine – tervelt pooled küitletuist vastasid, et sellist infot on vähe või ei osanud sellise info kättesaadavust üldse kommenteerida. Ligi kolmandik noori leidis ka, et noorteüritusi puudutavat infot on vähe või raske leida. Seevastu muud meelelahutust ja haridust puudutava info kohta vastas enamik noori, et infot on piisavalt või palju.

#### **4.1.2. Mis peab portaalis olema?**

Kui veel kolm aastat tagasi tehtud uuringu põhjal pakuvad noortele portalides enim huvi SMSide ehk mobiiltelefonile lühisõnumite saatmise vastu ja teistel kohtadel olid elektronkirjad, jututoad, mängud, uudised (Laos 2002), siis praeguseks on SMSid esirinnast taandunud, mille peamise põhjuseks pean tol ajahetkel ülipopulaarse sms-portaali [www.one.ee](http://www.one.ee) tasuliseks muutumist. Muus osas on noorte huvi suhteliselt samaks jäänud, võib vaid välja tuua, et suhtlemisele pööratakse järjest rohkem tähelepanu, mille võib tõenäoliselt panna suhtlusportaalide [www.rate.ee](http://www.rate.ee) ja [www.orkut.com](http://www.orkut.com) populaarsuse ülikiire kasvu arvele. Erinevatest portalidest, mida noored kasutavad, toodi välja ka vähemlevinuid nagu [www.hinnavaatlus.ee](http://www.hinnavaatlus.ee), [www.eklubi.ee](http://www.eklubi.ee) jt.

Küsisime vastajailt ka, millised võimalused ja valdkonnad peaksid portaalis kindlasti olema, et nad seda külastaks ning see nende arvates populaarseks muutuks (LISA 7). Kõike olulisema poole pealt oli pingerida suhteliselt võrdne, oluliseks või väga oluliseks peeti enamvähem võrdselt nii meelelahtuskohtade infot, pildigaleriide lisamise ja vaatamise võimalust, Tartu noori puudutavaid uudiseid, e-postkasti kasutamise võimalust, foorumide olemasolu, muid uudiseid jms.

Portaali jaoks ebaoluliste lisadena tulid aga üsna selgelt välja tutvumiskoht, mobiiltelefonile helinate-logode-mängude saatmise võimalus, noortekeskustest veebikaameratega pildi edastamine, aga ka loomenurk ja näiteks e-kaartide saatmise võimalus. Taoliste tulemuste põhjendusena võiks ju välja tuua, et neid võimalusi pakuvad väga paljud teisedki internetikeskkonnad, kuid samas on ka neid portaali „osaid”, mida peetakse vajalikuks, võimalik kasutada pea kõigis juba olemasolevates portalides.

#### **4.2 Tartu noorte infoportaal**

Järgnevas peatükis annan ülevaate portaali kontseptsiooni ning kõige sellest tuleneva väljatöötamise osas kirjeldades toimunud sündmusi, tekkinud ideid ning tuumikgrupi mõttevahtusi ja lahkkelisid.

Portaali loomise idee kerkis päevakorda möödunud aasta lõpus ning töögrupp tuli esimest korda kokku jaanuaris. Kõigepealt selgitati välja ja täpsustati portaali kontseptsioon – kellele, miks, kuidas ja millist infot portaaliga tahetakse edastada. Seejärel asuti välja töötama ja läbi mõtlema võimalikku portaali sisu, tehnilisi lahendusi ning rahastusallikaid.

#### **4.2.1 Protsessi analüüs**

Omades kogemusi erinevate projektide läbiviimisel, on portaali loomist organiseerival tuumikgrupil kogemus, et Tartu maakonna noortele on vaja ühist ühtset atraktiivset veebikeskkonda, kus oleks noortel võimalik saada infot erinevate valdkondade kohta, alustades lihtsamast infost, et mis kultuuriüritused täna toimuvad ja lõpetades keerulisemalt kättesaadava informatsiooniga näiteks õppimis- ja töötamisvõimaluste kohta välismaal. Hetkel on Tartus on olemas küll Noorteaken, kuid seda kasutavad peamiselt noorsootöötajad. Loodava portaali koostööpartneriks on ka olemasolev Noorteaken.

Samuti on tänapäeva noortel probleem, et ei ole piisavalt head väljundit, kus eksponeerida erinevate projektide raames loodud teoseid, (film, foto, muusika jne.), mille parimaks lahenduseks on noortele ühtse portaali loomine, kus nad saavad oma loodut üles panna ja näha, mida teised noored on teinud.

Läbi noorteportaali on hea võimalus tekitada Tartu piirkonna noortes ühtekuuluvustunnet, tuues üksteisele lähemale erinevad noored, andes võimaluse ka venekeelsetele noortele ja erivajadustega noortele.

##### **4.2.1.1. Portaali kontseptsioon ja fookus**

Loodava portaali reaalseks valmis tegemiseks on olemas mitmeid eeliseid ning eeldusi, samas on veel ka mitmeid lahendamata probleeme, millest tuleb üle saada protsessi

käigus. Reaalne protsess portaali loomiseks käivitus jaanuaris, kui Tartus Anne Noortekeskuses kogunes initsiaatorgrupp ning asus välja töötama portaali kontseptsiooni.

Ühena olulistest eeldustest saab välja tuua väga konkreetse sihtgrupi ja ühisosa, mis on määratud nii geograafiliselt kui vanuseliselt. Kuna portaalist peaks ideaalis kujunema dünaamiline, muutuv ja elav internetikeskkond, on äärmiselt oluline just sihtgrupi teatav homogeensus – tegemist on Tartus elavate või pidevalt viibivate noorte inimestega. Seetõttu saame ja olemegi otsustanud kontsentreeruda ainult neile, esitades portaalil just Tartu noortele olulist infot, tuues külastajateni Tartus toimuvat, Tartu noorte probleeme ning andes Tartu noortele võimaluse eneseväljenduseks.

Käesolevale balaureusetööle eelnes minu seminaritöö, mis oli samast teemavaldkonnast, kuid pisut teise fookusega – seminaritöös kirjeldatud portaal oli eelkõige mõeldud Tartus tegutsevaid noorteühendusi koondava ja organisatsioonidele väljundit pakkuva internetikeskkonnana, mis on mõeldud pisut rohkem haridusele, informatsioonile ja kvaliteetse vaba aja veetmisele orienteeritud noortele.

Seminaritöös tulid aga välja ka taolise portaali loomisel üles kerkivad probleemid – kuna suur osa noori surfab internetis „niisama” ja ei otsi mingit kindlat infot, ei muutuks taoline kitsalt määratletud portaal kuigi populaarseks, sest need noored, kes otsivad nõ. asjalikku infot, leiavad selle kerge vaevaga üles ka mujalt. Lahendusena pakkusin seminaritöös välja kaks varianti – kas üritada üles leida ja aktiivselt portaali kasutama meelitada just need juba aktiivsed noored ning keskenduda neile või muuta portaal sisult „kergemaks” ning suuremale hulgale noortest atraktiivseks põimides „asjaliku” info läbi meeelahutusega ning tegevuste ja võimalustega, mida noored erinevates portaalides nagunii juba kasutavad.

Erinevate arutelude ja analüüside käigus jõudsime otsusele, et kuna meie huvi on siiski luua portaal, millest oleks kasu võimalikult paljudele noortele ning mis muutuks sihtgrupi seas populaarseks, peame kindlasti valima teise variandi – tegema mõõndusi sisus muutmaks portaali kasulikuks rohkematele.



Taolist lähenemist pidas õigeks ka näiteks Delfi Noorteka toimetaja Janar Kiivramees, kes tõi välja, et näiteks Delfi Noortekas on kõige populaarsemad rubriigid on Foorum ja Mängud. „Meie uudisterubriike külastab tavaliselt küll natuke suurem hulk inimesi, kuid foorumis tehtud klikkide arv on samas keskel läbi 5 x suurem,” ütles Kiivramees ning lisas, et tema arvates on ühe noorteportaali edukaks toimimiseks vaja kindlasti nii operatiivset uudistepoolt kui mitmekülgset meelelahutust.

TANinfo portaali toimetaja Ülle Übius tõi omalt poolt välja, et noorteportaali edu võtmeks on kindlasti värskus ja noorte huvidele vastav informatsioon ning see peab olema esitatud noortepäraselt ja noortele arusaadavas keeles. Samuti peaks kasutama uuemaid tehnoloogivõtteid – videosid ja muid interaktiivseid lahendusi. Sarnaselt Kiivramehele rõhutas Übius just noorte võimalust reaalselt osaleda, abi saada ja kogemusi vahendada – eelkõige pidas ta silmas foorumeid ning internetipõhist nõustamist.

Nii Kiivramehe kui Übiusega samal meelel olime ka oma tuumikgrupis – portaali on planeeritud näiteks ka praegu füüsiliselt tegutseva Tartu noorte infopunkti veebilahendus, kus noored saavad nõu küsida.

Üsna kindlalt võib väita, et noorte internetitarbimise harjumusi on väga raske kui isegi mitte võimatu muuta, seega valisime teise ainuvõimaliku variandi ning otsustasime portaali kohandada sihtgrupiga, mitte vastupidi.

#### **4.2.1.2. Oma kogukond**

Ühe olulise kandva ideena tuli erinevate noorsootöö ja noorteinfo spetsialistide nõupidamisel välja ka vajadus muuta loodav portaali pelgalt infoedastuskeskkonnast aktiivseks virtuaalse elu keskkonnaks, kus tekivad omad sõpruskonnad, huvigrupid jms, mis peaks tagama portaali jätkusuutlikkuse ja sisemise arengu. Taolise kogukonna loomisega tekiks kasutajatel nõ. identiteet ja võimalus ennast portaali kaudu identifitseerida.

Sarnane efekt on ennast väga edukalt õigustanud näiteks Rate.ee puhul, kus on tuginedes enda tähelepanekutele võin väita, et märkimisväärse osa jaoks kasutajatest on see ka tavaelus enda identifitseerimise võimalus ning üsna tihti esitatakse ka tavaelus tutvavatele küsimusi stiilis „Mis su Rate.ee kasutajakonto on?”. Samuti on seal tekkinud lugematu hulk spontaanseid klubisid, kuhu kasutajad ennast ise määravad ning kellega siis mingeid teemasid arutatakse.

Üheks eelduseks taolise anonüümse ent teisalt väga hästi end identifitseeriva keskkonna loomiseks on kindlasti piiratud juurdepääs – lehel saavad aktiivselt tegutseda vaid näiteks registreerunud kasutajad, kellega tekib kasutajatel kohe ühisosa ja omavahel nõ. küünarnukitunne.

Kiivramees peab oluliseks, et külastajal peab olema võimalus endast märk maha jätta ja oma sõna sekka öelda, seda näiteks kommenteerimisvõimaluse näol. „Külastaja ei tohi end meie lehel üksi tunda,” rõhutas ta kogukonna olulisust. Samuti nõustus ta meie ideega registreeritud kasutajate/korduvkülastajate osas – ilma korduvkülastajateta (keda Delfi Noortekas loendatakse küll *cookie*’de järgi ja kes ei pea ennast registreerima) ei oleks Delfi Noortekas portaal ja kogukond, vaid lihtsalt noortele suunatud veebileht.

Samuti on noorte jaoks, nagu eelnevates peatükkides välja tuli, üsna oluline e-postkasti kasutamise võimalus – ka see tekitab teatava ühisosa, sest on päris oluline vahe, kas saada näiteks kiri kelleltki võõralt, kelle meiliaadress on kasutaja jaoks täiesti tundmatu või saada kiri sama portaali kasutajalt ja virtuaalse kogukonna liikmelt. (Võrdluseks – kas saada kiri aadressilt [jüri@jrnl.ut.ee](mailto:jüri@jrnl.ut.ee) või [jüri@mail.ee](mailto:jüri@mail.ee))

Übius tõi omaltpoolt välja just jututubade ja foorumide tähtsuse millega mina isiklikult nõustunud täiesti – nendes kohtades on ühtne kogukond väga kiire tekkima ning sellest võib (lähtudes enda kogemusest) välja kasvada ka reaalne füüsiline tugev sõpruskond.

#### 4.2.1.3. Sihtgrupi jaotumine

Kuigi loodava portaali sihtgrupp on üsna kitsalt määratletud, on see ikkagi üsna mitmepalgeline. 14. aastasel põhikooliõpilasel ja 22. aastasel ülikooli lõpetaval tudengil on üsna selgelt erinevad huvid ja ootused, erinevad internetikasutamise harjumused ja erinev infovajadus. Lisaks on Tartus ka omajagu muukeelseid noori küll siinsete vene rahvusest perekondade kui ka välisüliõpilaste tõttu. Just viimased on erinevatel kohtumistel ja ka meedias välja toonud, et neil on raske kohanduda, raske tegevust leida ning saada infot toimuva kohta.

Sellest tulenevalt tekkis aruteludel osalenud ekspertgrupil ka erinevaid lähenemisi – kas oleks mõttekas kohe alguses portaali jagada kaheks näiteks vanuse põhjal, viia eraldi kihtidesse näiteks meelelahutus ja „asjalik” info või mingil muul moel. Siiski jõuti lõpuks seisukohale, et taoline kihtidesse või gruppidesse jagamine ei oleks efektiivne, kuna esiteks raskendaks otsitava info leidmist ning teiseks veedaks vähemalt nooremad kasutajad kindlasti üsna suure osa ajast „vanemate tsoonis”, mis teeks taolise jaotamise mõttetuks ja ebaotstarbekaks. Lisaks on siiski sihtgrupil ka üsna suur ühisosa, mille puhul peaks infot siis dubleerima ning mis kokkuvõttes muudaks portaalis liiklemise ja vajaliku info otsimise ja leidmise märksa keerukamaks.

Samuti oleks tarbetu jagada portaali formaalselt meelelahutuslikuks ja „asjalikuks” pooleks, kuna sellisel juhul jääks saavutamata portaaliga taodeldav efekt, kus läbi meelelahutuse ja noortele atraktiivses vormis pakutakse neile ka neile kasulikku pisut asjalikumaid infot.

Küll aga oli spetsialistide ühine seisukoht, et kindlasti tuleb portaali teha mitmekeelseks, seda just eelpool mainitud põhjustel. Kindlasti saab portaali olema vähemalt eesti, vene ja inglise keelne. Sõna „kindlasti” on siinkohal küll tegelikult tinglik – kuna taolise üsna infomahuka ning pidevalt uueneva ja muutuva portaali sisu tõlkimine on üsna aja- ja finantsressursinõudlik, peame lähtuma olemasolevatest rahalistest võimalustest.

Üheks sihtgrupiks oleme mõelnud ka vähemate võimalustega noored – need noored, kes ei saa omal jõul kodust väljas käia või on muidu raskesse olukorda sattunud. Kaasamaks

ka neid Tartu noorte üritustesse ja tegemistesse, on kavas suurematelt noorteüritustelt teha ülekandeid internetti, samuti on kavas noortekeskustesse paigutada veebikaamerad, millest saab seal toimuvat jälgida. Vajaliku tehnika soetamiseks on Tartu Linnavalitsus lubanud ka finantsvahendid leida.

Sellel, et portaali sihtgrupp on regionaalselt üsna kitsalt määratletud, on kindlasti nii omad plussid kui miinused. Peamiste plussidena tõid intervjueritud portaalide toimetajad välja just sihtrühma konkreetsuse ning väiksuse, mis muudab portaali „promomise” odavamaks ja mugavamaks. Samas on see teisalt ka miinuseks, kuna potentsiaalsete külastajate arv on siiski suhteliselt väike selleks, et portaal ennast ise ära suudaks majandada.

#### **4.2.1.4. Portaali sisu väljatöötamine**

Infoportaali sisu väljatöötamiseks korraldasime noosooinfospetsialistidega ajurünnaku, millele järgnes hiljem analüüs ning mille tulemusena joonistus paika esialgne sisupuu. Kõikide ideede teostamine nõuab aga üsna suurel hulgal erinevaid tehnilisi lahendusi ning kuna tegemist on reaalse praktilise projektiga, siis taaskord oleneb kõikide lahenduste teostamine rahalistest vahenditest.

Tinglikult jagasime portaali sisu viieks suuremaks blokiks: asjalik info, kus on näiteks uudised koos kommenteerimise võimalusega, foorumid, käimasolevate projektide, õppimisvõimaluste ja muu tutvustamine, sündmuste kalender, kust saab igal hetkel vaadata, mis näiteks järgmise nädala kolmapäeval Tartus toimub jms.; noortekeskused ja –organisatsioonid, kus on info erinevate noortekeskuste ja organisatsioonide kohta, ülevaated nende tegemistest või link nende koduleheküljele jms.; vaba aeg - info erinevate noorteürituste kohta, ülevaated, fotod, videoklipid seal toimunud, võimalik on vaadata noortekeskustes toimuvat reaajas läbi veebikaamerate jpm.; loomenurk, kus saavad oma loomingut eksponeerida kõik alates noortepäandidest ning amatöörfilmide tegijatest lõpetades isehakanud luuletajate ja kunstnikega; ning vaba aeg, kus on olemas

näiteks jututoad, *online*-mängud, smsi saatmise võimalus, naljanurk, ostan-müün-vahetan rubriik jpm.

#### **4.2.1.5. Tehniline teostus**

Loodava portaali tehniline teostus nõuab väga häid erialaseid oskusi, mis tulevad spetsialistidelt sisse osta. Konkreetne tehniline lahendus, portaali disain ja erinevad võimalused ning moodulid olenevad aga taaskord suuresti finantskatteallikate leidmisest.

#### **4.2.1.6. Teavituskampaania**

Üheks oluliseks tegevuseks nii mahuka portaali loomisel on kindlasti ka teavituskampaania, vastasel juhul jääks loodav portaal pärast valmimist suure tõenäosusega kasutult seisma ning sihtgrupp ei leiaks seda.

Kavandatud teavituskampaania võib jagada kaheks – on kavas aktiivne teavitustegevus ning passiivne teavitamine peamiselt läbi reklaamtoodete ning tänavareklaami.

Kampaania algus on kavandatud üsna jõuline ning silmatorkav. Tartu kesklinn on selleks hea koht, kuna seal liigub pidevalt väga palju just portaali sihtgruppi kuuluvaid noori. Kampaania eesmärgiks on esiteks tuua jõuliselt mingi osa sihtgruppi teadmise, et taoline portaal on olemas ning hoida neid portaali juures, samal ajal läbi passiivse reklaami ning juba olemasolevate kasutajate „värvata” uusi inimesi portaali kasutajateks. Üheks üsna efektiivseks mooduseks võib sealjuures olla näiteks mingit laadi „boonuse” jagamine noortele, kes suudavad endaga koos portaali tuua veel mingi arvu kasutajaid.

Aktiivse reklaamiperioodi käigus on kavas kasutada üritusturundust – 1. septembril korraldatavad Tarkusepäeva üritused Tartu kesklinnas on kavas siduda portaali *launchimisega*, päeva jooksul korraldada erinevaid võistlusi ja üritusi, kus tutvustatakse uut portaali ning jagatakse portaali-teemalisi auhindu ning meeneid. Portaali reklaamiks

linnapeal ka aktiivsed vabatahtlikud noored jagades portaali-teemalisi materjale ja meeneid – kleepse, rinnamärke, õhupalle, joonlaudu ja muud noortepärast ja noortele vajalikku.

Kokkuleppel koolidega on võimalus ka näiteks kooli arvutiklassidesse jätta flaierid või muuta arvutiklassi arvutite koduleheküljeks mõneks ajaks loodav infoportaal, mille tulemusena suur osa noori satub portaali leheküljele isegi siis, kui nad seda ei soovi. Piisavalt atraktiivne välimus ning huvitav ja arusaadav ning vajalik sisu peaks aga noori meelitama sealt edasi portaaliga tutvuma asuma.

Samuti on kavas teha koostööd meediaga, üheks efektiivsemaks kanaliks peame mõnd noortepärast raadiot, kuna tegemist on Tartuga, siis tõenäoliselt RingFM, kus saaks samuti portaali tutvustada, korradada erinevaid mängu jms.

Samal ajal toimuks ka passiivne reklaam – koolidesse ja tänavatele pannakse üles plakatid, noorte seas populaarsetesse kohtadesse viiakse flaierid. Samuti paigaldatakse kaheks nädalaks Tartu kesklinna Kūūni tänava kohale suur reklaambänner.

Kuna tegemist on internetiportaliga, on üheks reklaamikanaliks ka internet, kuhu erinevatele noorte seas populaarsetele lehekülgedele paigutatakse portaali reklaamivad bännerid, samuti saab portaali valmides ka juba portaalis endas korraldada näiteks erinevaid mängu, mis meelitab kohale uusi külastajaid.

#### **4.2.1.7 Portaali jätkusuutlikkuse tagamine**

Kuigi minu bakalaureusetöö teemaks on Tartu Noorte Infoportali loomine, tuleb taoliste projektide teostamisel arvestada ka sellega, mis saab edasi. Kui portaal on tehniliselt ja kontseptsiooni poolest valmis, siis kuidas tekib portaalile ka sisu, kuidas see edasi areneb ning mis tagab portaali elujõulisuse ja jätkusuutlikkuse?

Taolisel portaalil on mõtet ja lootust ellu jääda siis, kui on ühtsesse internetikeskkonda kokku koondatud kõik noortele vajalik info. Kuna projekti idee algatajateks on eelkõige

noored, kes põhikohaga kas õpivad, töötavad või teevad mõlemat ning vajaliku info kogumine, korrastamine ning struktureerimine ja noortele huvitavaks tegemine on väga ajamahukas töö, on plaanitud selleks rakendada eraldi inimene, kellele on projekti eelarves ette nähtud ka tasu tehtud töö eest.

Selle inimese ülesandeks olekski siis suvekuudel kokku koguda ja struktureerida kõik oluline info, mis portaali külastajaid huvitaks.

Delfi Noorteka peatoimetaja Janar Kiivramees ütles antud intervjuus, et portaali kõige suurem vaenlane on vanad uudised ja info tähenduses, et portaal ei ole operatiivne. Kuna ka info uuendamine, modereerimine ning haldamine on üsna töö- ja ajamahukas ning samas vastutusrikas tegevus, siis on selle jaoks samuti vaja eraldi inimest. Võiks ka läheneda „igapäheõigusega” – kõik (või siis näiteks määratud organisatsioonid, keskused jms) saaksid ise sisestada kuulutusi, uudiseid ja muud infot, kuid usun, et sellisel juhul varitseb portaali kaks ohtu – esiteks tekib liiga palju liigset infomüra ning kindlasti kannatab ka info kvaliteet.

Teiseks ohuks taolise lähenemise juures on aga just osapoolte passiivsus info edastamisel. Minu isiklik kogemus noorsootöö infolehte Aken välja andes on väga selgelt näidanud, et kuigi taolised väljundid on näiteks noorteorganisatsioonidele ja –keskustele vajalikud, jääb sageli puudu just nende enda initsiatiivikusest info edastamisel, mis on tõenäoliselt tingitud suuresti inimeste hõivatusest.

Seepärast olemegi portaali tuumikgrupiga plaaninud leida eraldi inimene, kes siis alates septembrist jooksvalt portaali haldaks ja modereeriks – otsiks infot ja omaks sellest ülevaadet, sisestaks vajalikud asjad portaali või vaataks enne avaldamist üle erinevate osapoolte sisestatud info, „hoiaks korda” foorumides ja teeks muid jooksvaid töid. Taoline töö peaks eelduste kohaselt aega võtma paar-kolm tundi päevas ning taolise inimese leidmine ei tohiks liiga raskeks kujuneda, arvestades, et töö sobib näiteks (üli)õpilasele ning selle eest on ette nähtud ka vastav tasu.

Eespool toodud lahendused aga nõuavad kõik teatud finantsressurssi, mis on MTÜde puhul alati problemaatiline. Kuna aga jooksvad kulud ei ole väga suured (eriti võrreldes

portaali loomise ja käivitamise kuludega) siis loodame, et portaal suudab ennast edaspidi vähemalt osaliselt ise ära majandada. Nagu eespool juba välja toodud sai, on taoline regionaalselt määratletud sihtgrupil nii eeliseid kui miinuseid – kindlasti on olemas ettevõtteid, kellele selline väga konkreetset määratletud sihtgrupp on atraktiivne. Samuti on võimalik portaalile raha teenida näiteks erinevate sms-teenuste kaudu.

Erinevate võimaluste ja lahenduste väljatöötamine jääb edaspidi nii portaali haldaja kui tuumikgrupi kanda.

## **4.3 Hetkeseis**

Käesolevaks hetkeks on välja töötatud portaali kontseptsioon ja võimalik esialgne sisu. Mõeldud on ka teavitus- ja reklaamkampania läbiviimise peale ning paika pandud portaali eelarve ning võimalikud rahalised katteallikad.

Portaali loomise näol on tegemist üsna palju aega ja finantsvahendeid nõudva tegevusega ning kindlaid rahastusallikaid on esialgu veel vähe. Kuna portaali loomise initsiatiiv tuleb noorte omaalgatusest ning koostööst MTÜ ning avatud noortekeskusega, ei ole mõeldav ka portaali loomine omavahenditest.

Peamiste rahastusallikatena näeme eelkõige erinevaid fonde, aidata on lubanud ka linna- ja maavalitsus. Hetkel seisnebki peamine tegevus seoses portaali loomisega erinevate projektide kirjutamisega fondidesse rahastuse saamiseks. Portaali reaalse loomise ja tehnilise teostamisega ei ole võimalik alustada enne, kui on olemas finantskatteallikad suuremale osale eelarvest.

Projektide kirjutamisega ning rahastusallikate leidmisega loodab portaali loomise tuumikgrupp ühele poole saada juunikuu jooksul ning augustis peaks valmima ka portaal ise. Siiski on mainitud ajagraafik koostatud arvestusega, et rahastusallikad nii kiiresti leitakse. Kui mingil põhjusel ei peaks projektid rahastust leidma, lükkub mingi ajaühiku võrra edasi ka portaali reaalse loomine, teavituskampania ning muu portaaliga seonduv.



## **5. DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED**

### **5.1 Uuringu kriitika**

Uuringu kriitikana võib välja tuua ehk selle mõningase pinnapealsust, mille tulemusena sain kätte küll statistika ning vastanute ootused ja lootused, kuid vastuste tagamaade, motivatsiooni ja põhjenduse kohta ei saa selle küsitluse põhjal kahjuks väga laiapõhjalisi järeldusi teha, selle jaoks oleks olnud tarvis juba märksa mahukamat küsitlust, mida ideaalis oleks võinud veel toetada lühiintervjuud vähemalt mingi osa vastanutega.

Samuti oleks objektiivsema ning selgema tulemuse andnud tõenäoliselt ka suurem valim. Mõneti võis küsitluse tulemusi mõjutada ka tõsiasi, et see viidi läbi haridusmessil, kuhu tuleb reeglina kohale ehk aktiivsem ning pisut rohkem teadmiste ja infole orienteeritud seltskond.

Siiski andis selle uuringu läbiviimine portaali loomise tuumikgrupile üsna olulised tugipunktid, millest lähtusime ning usun, et ka laiapõhjalisema ning rohkem süvitsi mineva uuringu puhul oleks saadud vastused olnud üsna sarnased praegustele ning läbi viidud uuring õigustab ennast igal juhul.

### **5.2 Võimalikud probleemid**

Kuna portaali idee ja ka teostuse välja töötamises osalevad oma ala eksperdid, siis on üsna suur tõenäosus, et portaal kujuneb edukaks. Siiski on nii suure ettevõtmise juures alati ka üsna suured ohud, millega tuleb arvestada ning üritada riskifaktor viia võimalikult madalaks.

Taolise portaali loomise näol on tegemist ettevõtmisega, mis nõuab ka väga suurel osal ajalist ja rahalist ressursi. Üheks peamiseks valupunktiks ongi seega finantskatteallikate leidmine. Kuna portaali idee on sündinud noorsooalgatuse korras koostöös noortekeskuse ja mittetulundusühinguga, ei ole võimalik initsiaatoritel omavahenditest portaali luua.

Et tegemist on väga kindla piirkondliku projektina, on rahalise poole pealt lubanud võimaluste piires aidata nii kohalik omavalitsus kui maavalitsus, samuti loodame leida toetust erinevatest fondidest.

Kuna portaali on lisaks ühekordsetele kuludele selle loomisel olemas ka püsikulud, et tagada portaali kvaliteet, jätkusuutlikkus ning areng, on oluline ka portaali enda kaudu hakata raha teenima. Seda saab teha peamiselt läbi reklaamimüügi, aga alles siis, kui on välja kujunenud märkimisväärne aktiivne kasutajaskond.

Teine peamine oht kerkib päevakorda siis, kui portaal on valminud – oht, et portaali ei võeta omaks ning see ei muut Tartu noorte seas populaarseks. Selle vastu ei ole tõenäoliselt ühest lahendust, siinkohal tuleb jääda lootma teavituskampaania edukusele ning meeskonna oskuslikkusele portaali sisu ja vorm teha noortele atraktiivseks.

## **5.3 Protsesse refleksioon**

Kuna minu bakalaureusetöös käsitletava portaali loomise näol on tegemist reaalse praktilise projektiga ning kirjeldatud tegevused on juba toimunud, üritan siinkohal pisut ka analüüsida toimunud protsessi ning faktoreid, mis seda enim mõjutanud.

Üheks oluliseks faktoriks kõigi portaaliga seotud tegevuste planeerimisel oli tulenevalt tuumikgrupi enda võimalustest või nende puudumisest rahaliste allikate leidmine. Sellest tulenevalt lähtuti näiteks portaali sisu väljatöötamisel sageli just arvestades erinevate potentsiaalsete rahastusallikatelt positiivse otsuse saamiseks vajalikke tingimusi. Samuti on mitmed portaali tulevased lisavõimalused seotud otseselt mõne kindla rahastusallikaga ning negatiivse rahastusotsuse korral jäävad vastavad lisavõimalused portaali lihtsalt loomata.

Kindlasti võib tekkida ka küsimus tuumikgrupi pädevuse osas – miks arvavad portaali loojad, et nad teavad, mida ja millises vormis on Tartu noortel vaja ning kuidas seda teostada. Siiski julgen arvata, et loodud tuumikgrupp on väga hästi kursis noorte vajaduste, võimaluste ja soovidega – kuuluvad gruppi nii professionaalsed

noorsootöötajad, linnavalitsuse noorsooteenistuse ametnikud, noored ise ja igapäevaselt Tartus noorteinfoaga tegelevad inimesed. Leian, et koostatud meeskond on Tartu võimalusi arvestades parim, mida sai loota.

Minu kirjutatud seminari- ja bakalaureusetöö ning sellele eelnenud tegevused aga andsid meeskonnale hea lähtekoha nii empiirika kui teoreetiliste aluste osas, kust asjadega edasi minna. Bakalaureusetöö osas läbi viidud intervjuud ja uuring andsid kinnitust, et valitud tee peaks olema õige ning vajaliku rahastamise leidmisel peaks portaali kindlasti edukalt valmima ning muutuma populaarseks.

Kuna aga terve meeskond tegeleb portaali loomisega oma põhitöö ja teiste tegevuste kõrvalt, oli sisu ja teostuse läbimõtlemine ja väljatöötamine oodatult üsna vaevarikas – pidevalt edasi lükkunud koosolekud ja tähtajad ning kiirustades viimasel hetkel esitatud projektid võivad otseselt mõjutada portaali teoks saamist läbi erinevate rahastusallikate otsuste.

## **5.4 Kokkuvõte**

Valminud bakalaureusetöö teemaks oli Tartu noortele suunatud infoportaali loomine. Tegemist oli ühe võimaliku bakalaureusetöö variandina välja pakutud praktilise projektiga, millele siiski lisasin omaltpoolt empiirilist ja kvantitatiivset tuge pakuva uuringu.

Töö esimeses osas andsin ülevaate töö eesmärkidest, püstitasin hüpoteesid ning peamised uurimisküsimused seoses loodava portaali ja minu tööga, üsna pikalt peatusin ka interneti ja portaalidega seonduvatel teoreetilistel ja empiirilistel lähtekohtadel, analüüsid ning võttes kokku varasemaid uuringuid ja käsitlusi.

Uuringutulemustest selgub, et üha enam ja enam kasutavad noored internetti ning see on muutumas märkimisväärseks osaks nende igapäevaelust, muutudes pelgalt info otsimise ja liigutamise võimalusest kogukonnaks ja suhtluskeskkonnaks, kus veedetakse suur osa oma ajast.

Bakalaureusetöö koostamise käigus viisin läbi ka ankeetküsitluse Tartu noorte hulgas selgitamaks välja nende infotarbimisharjumusi ning ootusi seoses portaaliga, samuti viisin läbi mõned ekspertintervjuud praegu suhteliselt edukalt eksisteerivate noorteportaalide toimetajate ja haldajatega.

Pelgalt info otsimiseks ja leidmiseks kasutatakse portaale märksa vähem, seepärast otsustasime ka enda portaalis põimida „asjaliku” info meelelahutusega, et moodustuks terviklahendus, kus Tartu noor leiab üles teda huvitava ja talle vajaliku info ning samal ajal saab lobiseda jututubades, kommenteerida foorumides jne.

Kuna tegemist on praktilise projektiga ning portaali kontseptsiooni, sisu jms väljatöötamine on juba reaalselt toimunud protsess, analüüsin ka juba toimunud tegevusi. Üritasin välja tuua ka tekkinud kitsaskohad ja peamised probleemid, mis selle protsessi käigus esile kerkisid, millest peamiseks on portaali teostumine, mis sõltub peamiselt erinevate rahastajate leidmisest.

Rahastajate tingimustega arvestamine jättis oma jälje ka portaali sisule, nendest oleneb ka portaalile mitmete lisaväärtust loomine või mitteloomine.

Idealis peaks portaal valmima augusti lõpuks ning septembris algaks aktiivne teavitust- ja reklaamikampaania. Kuid taaskord pean rõhutama, et ajaline faktor võib muutuda ning oleneb kõige rohkem rahastuse saamisest.

## **5.5 Summary**

The topic of this Bachelor’s thesis was the creation of an information portal for the youth of Tartu. It was originally one of the proposed practical projects for the thesis, where I added a research to provide empirical and quantitative support.

In the first part of the thesis I provided an overview of the aims, set the hypothesis and main research questions which concern the future portal and my thesis. I brought out

thoroughly the theoretical and empirical starting points of the Internet and portals, analysing and summarising earlier researches and disquisitions.

The research outcomes show that youngsters use the Internet more and more and it is becoming a notable part of their everyday life. From just a place to search and move information the Internet is becoming a community and a communication environment where they spend plenty of their time.

Preparing the thesis, I let Tartu's youth fill in questionnaires to find out their information consumption and expectations towards the portal. I also conducted expert interviews with a few editors and administrators of currently existing and quite successful youth portals.

Portals are used to a lesser extent to search for information, so we decided to enlance the "practical" information with entertainment, so that we could have a complete solution where a youngster from Tartu could find the information which is both interesting and useful for him and at the same time he could talk in chat rooms, comment in forums, etc.

As the thesis is a practical project and the portal conception, contents, etc. have been already worked out, I also analysed the past actions. I tried to bring out the bottlenecks and main problems we encountered during the process – the major being the realisation of the portal, which depends largely on finding the donors.

Taking account of the donor's requirements left its mark on the contents of the portal, they also determine the creation or non-creation of many surplus values.

In ideal the portal should be ready by the end of August and in September we would begin with the active informing and advertising campaign. But again I have to emphasise that the time factor could change, depending mostly on the funding.

## 6. KASUTATUD KIRJANDUS

- Bell, D. (2001). *An Introduction To Cybercultures*. London: Routledge.
- Donath, J. S. (1999). Identity And Deception In The Virtual Community. Rmt. Kollock, P., Smith, M. (toim.). *Communities in Cyberspace*. London: Routledge, 29—60.
- EMOR. (2004a). *Internetikasutajate arvEestis on tõusnud üle 600 00*. <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1198>. Vaadatud 07.01.2005.
- EMOR. (2004b). *Balti internetikasutus 2003*. <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1186>. Vaadatud 06.01.2005.
- Hall, S. (1995). *The Question Of Cultural Identity*. Rmt. Hall, S., Held, D., Hubert, D. & Thompson (toim.). *Modernity: An Introduction To Modern Societies*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (2000). *Who Needs „Identity“?* Du Gay, P., Evans, J. & Redman P. (toim.). *Identity: A Reader*. London: Sage.
- Henno, E. (2002). *Kes on aktiivselt internetti kasutav kooliõpilane. Proseminaritöö*. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Holloway, S.L. & Valentine, G. (2003). *Cyberkids*. London & New York: RoutledgeFalmer.
- Kalmus, V. & Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2004). *Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Laos, J. (2002). *Kooliõpilaste internetiportaalide kasutus. Proseminaritöö*. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Linnamäe, T. (2003). *E-meedia: portaalid. Loengukursuse Infoühiskond ja uus meedia kodutöö*. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Lust, K. (2002). *Interneti kasutamise erinevused 9. ja 12. klasside vahel. Proseminaritöö*. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

- Pruulmann-Vengerfeldt, P & Runnel, P. (2004). *Infoühiskond ja uus meedia*. Loengukonspekt. <http://www.jrnl.ut.ee/infoyhiskond>. Vaadatud 25.12.2004.
- Rate.ee. (2005). *Mida reklaamida Rate.ee-s?*. <http://www.rate.ee/ads.php>. Vaadatud 06.01.2005.
- Raud, M. (2002). *Interneti kui infoallika osakaal kooliõpilastel muude meediakanalite kõrva. Proseminaritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.*
- Tiigrihüppe Sihtasutus. *Tiiger Luubis 2004*. [http://www.tiigrihype.ee/publikatsioonid/tiiger\\_luubis\\_2004/index.html](http://www.tiigrihype.ee/publikatsioonid/tiiger_luubis_2004/index.html). Vaadatud 24.05.2005.
- UNICEF Eesti Rahvuskomitee. (2001). *Eesti noored arvavad, et...* . Tallinn.

## LISA 1 – Tartu Noorte Infoportaali loomiseks läbiviidud uuring

Tere!

Hoiad käes küsimustikku, mille eesmärgiks on uurida Tartu noorte harjumusi ja ootusi seoses Interneti ja portaalide kasutamisega. Küsimustik on üks osa Tartu noortele mõeldud infoportaali loomisest. Ole hea ja anna Sinagi oma panus ning vasta alljärgnevalt toodud küsimustele.

Aitäh!

Anne Nooretekeskus

\*\*\*\*\*

1. Sugu            M        N

2. Vanus            .....

3. Kui sageli kasutad Internetti? Tõmba sobivale variandile ring ümber!

- a) Iga päev
- b) 4-5 korda nädalas
- c) 2-3 korda nädalas
- d) kord nädalas
- e) harvem kui kord nädalas

4. Kui pikalt kasutad Internetti korraga?

- a) Kuni tund aega
- b) 2-3 tundi
- c) Üle 3 tunni korraga

5. Kus Sa Internetti kasutad?

- a) Kodus (püsiühendus)
- b) Kodus (sissehelistamine)
- c) Koolis
- d) Noortekeskustes/internetipunktides
- e) Sõprade juures
- f) Vanemate töö juures
- g) Mujal .....



6. Mille jaoks Sa Internetti kõige enam kasutad? Märki X sobivasse kasti!

	<i><b>Ei kasuta</b></i>	<i><b>Harva</b></i>	<i><b>Vahepeal</b></i>	<i><b>Sageli</b></i>	<i><b>Kogu aeg</b></i>
e-mailide saatmiseks					
Online-suhtlemiseks (jututoad, MSN, ICQ jne)					
Koolitöö tegemiseks					
Mängimiseks					
Meelelahutuseks (portaaliid jne)					
Uudiste lugemiseks					
Muusika, filmide tõmbamiseks					
Muu: .....					

7. Kust otsid ja saad Sinu jaoks olulist infot?

	<i><b>Mitte kunagi</b></i>	<i><b>Harva</b></i>	<i><b>Vahel</b></i>	<i><b>Sageli</b></i>	<i><b>Kogu aeg</b></i>
Kuulutustelt					
Ajalehest					
Sõpradelt					
Noortekeskustest					
Otsingumootoritest					
Internetiportaalidest					

8. Kust otsid ja saad infot Tartus toimuva kohta ja siinsete noorte jaoks olulist infot?

	<i><b>Mitte kunagi</b></i>	<i><b>Harva</b></i>	<i><b>Vahel</b></i>	<i><b>Sageli</b></i>	<i><b>Kogu aeg</b></i>
Kuulutustelt					
Ajalehest					

	<i>Mitte kunagi</i>	<i>Harva</i>	<i>Vahel</i>	<i>Sageli</i>	<i>Kogu aeg</i>
Sõpradelt					
Noortekeskustest					
Otsingumootoritest					
Internetiportaalidest nagu ..... (täpsusta!)					
Tartu Noorteaknast					

9. Kas infot Tartus tegutsevate noortekesuste, noorteorganisatsioonide ja aktiivse vaba aja veetmise võimaluste kohta on Sinu arvates piisavalt? Tee X sobivasse kasti!

<i>Ei ole</i>	<i>Pigem ei</i>	<i>Ei oska öelda</i>	<i>Pigem on</i>	<i>Kindlasti on!</i>

10. Kuidas hindad Tartut puudutava info kättesaadavust järgmistes valdkondades?

	<i>Vähe</i>	<i>Piisavalt</i>	<i>Palju</i>	<i>Ei tea</i>
Õppimisvõimalused, koolid				
Meelelahutus (teater, kino, klubid, kontserdid)				
Noortekeskused ja noorteorganisatsioonid				
Noorteüritused				

11. Kui tihti külastad Internetis erinevaid portaale? Tee sobivale variandile ring ümber!

- a) Iga päev
- b) 4-5 korda nädalas
- c) 2-3 korda nädalas
- d) kord nädalas
- e) harvem kui kord nädalas

12. Milleks Sa portaale kõige enam kasutad?

	<i>Üldse mitte</i>	<i>Harva</i>	<i>Vahel</i>	<i>Sageli</i>	<i>Kogu aeg</i>
Suhtlemiseks					
Foorumides osalemiseks, kommenteerimiseks					
Info, uudiste otsimiseks					
E-mailide, e-kaartide saatmiseks					
Mängimiseks, mobiilihelinate ja taustapiltide saatmiseks					
Muu: ..... (mis?)					
Muu: ..... (mis?)					
Muu: ..... (mis?)					

13. Mis on Sinu arvates portaali juures olulisim?

	<i>Pole oluline</i>	<i>Väheoluline</i>	<i>Oluline</i>	<i>Väga oluline</i>	<i>Ei tea</i>
Atraktiivne välimus					
Hästi struktureeritud sisu					
Palju lisasid (mobiilihelinate saatmine, piltide hindamine jne)					
Operatiivsus					
Võimalikult palju erinevat infot					
Muu: ..... (mis?)					

14. Nimeta kolm portaali, mida külastad kõige sagedamini!

- 1.
- 2.
- 3.

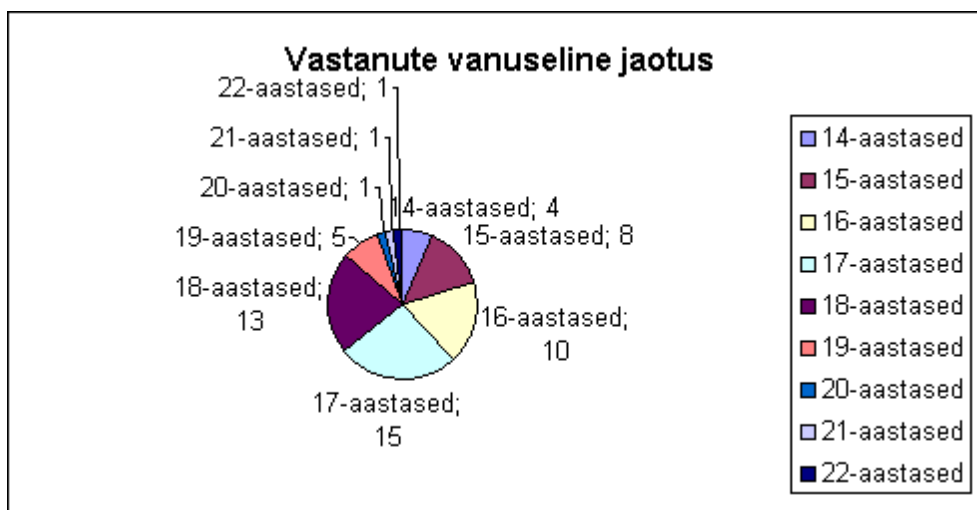
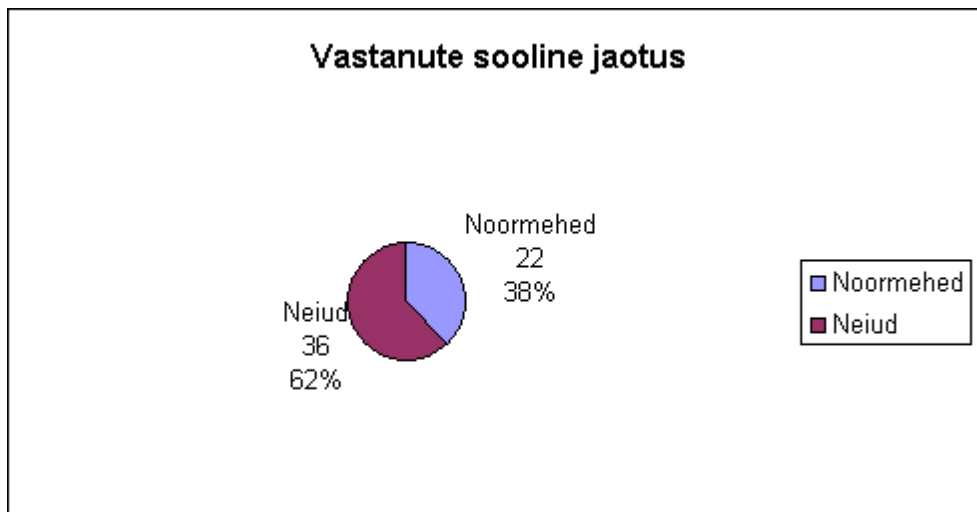
15. Tõmba eelmise küsimuste vastustes ring ümber sellele portaalile, mida külastad kõige rohkem!

16. Millised valdkonnad ning portaali võimalused on kõige olulisemad, et portaal Sinule huvitav oleks?

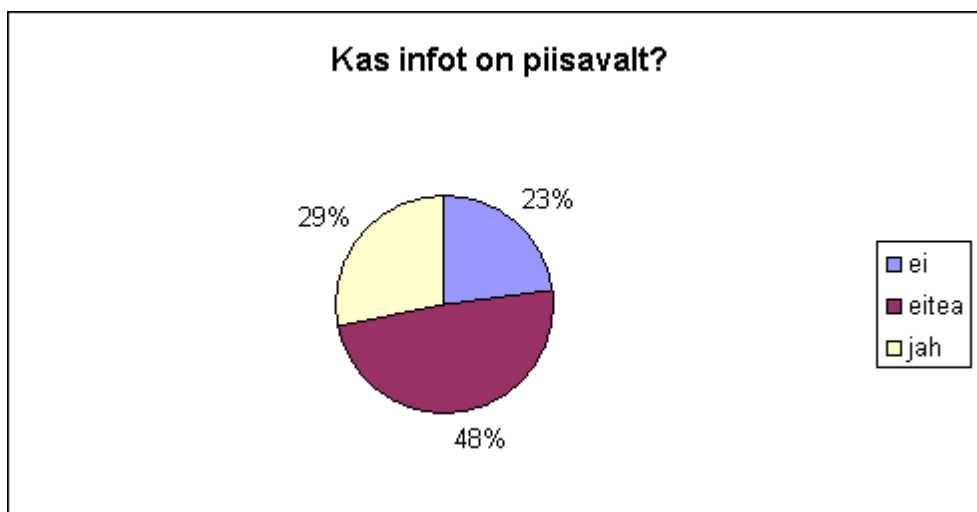
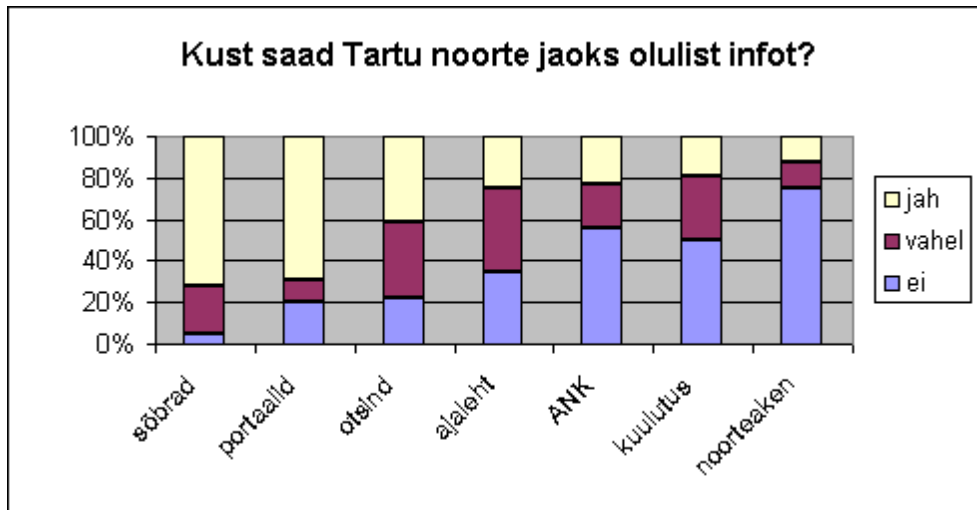
	<i><b>Pole oluline</b></i>	<i><b>Vähe- oluline</b></i>	<i><b>Oluline</b></i>	<i><b>Väga oluline</b></i>	<i><b>Ei oska öelda</b></i>
Tartu noori puudutavad uudised					
Muud uudised					
Õppimisvõimalused Tartus					
Tööpakkumised Tartus					
Tartu noortekeskused ja – organisatsioonid					
Veebikaamerad noortekeskustes					
Netiraadio (ja ülekanded noorteüritustelt)					
Loomenurk					
Pildigalerii					
Piltide hindamise võimalus					
Foorum					
Jututuba					
Noortebändide muusika					
E-posti võimalus					
E-kaardi saatmise võimalus					
Tartu sündmuste kalender					
Meelelahutuskohdade info					
Mobiilihelinad ja –logod					
Ostan-müün-vahetan					
Kohtinguabi					
Naljanurk					
Muu (täpsusta!)					

Suur tänu, et leidsid aega vastata!

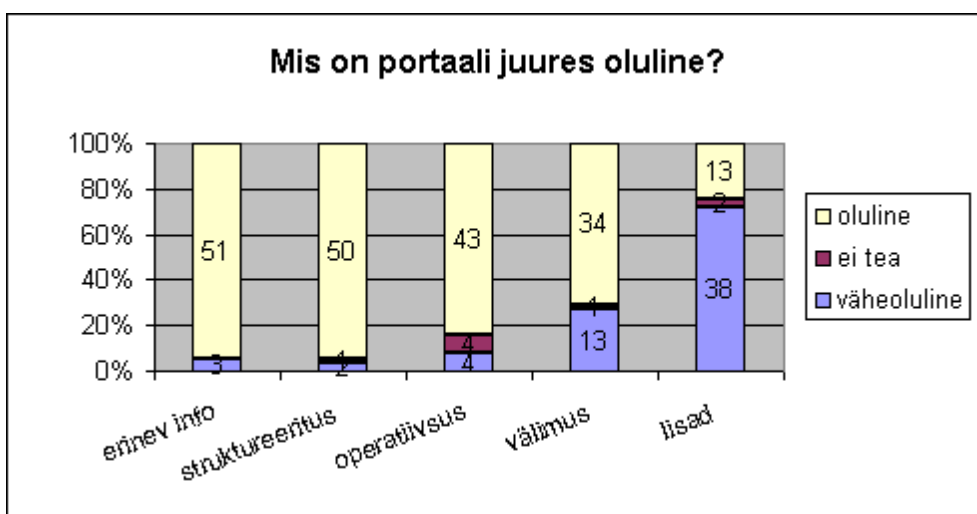
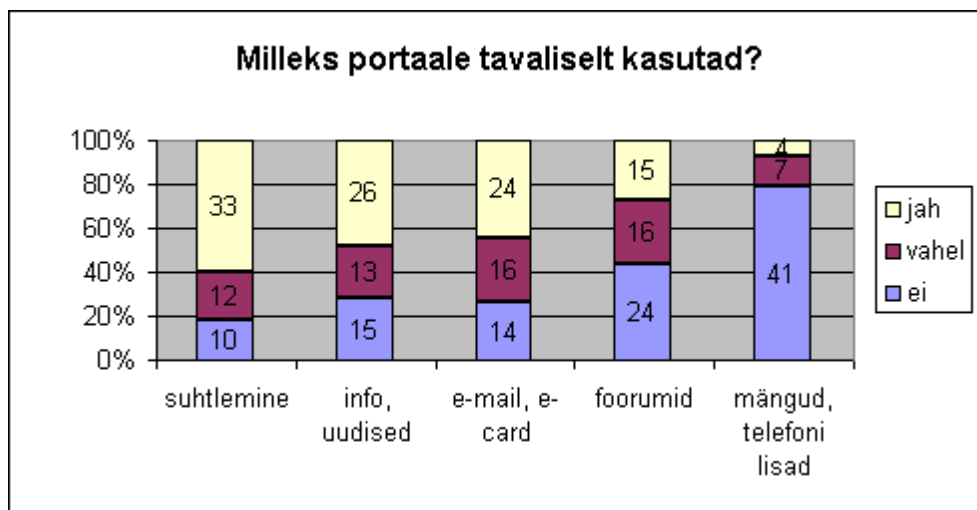
## LISA 2 Vastanute jaotus sooliselt ja vanuseliselt



### LISA 3 - Tartu noorte info levik ja piisavus



#### LISA 4 - Milleks portaale enim kasutatakse, mis on portaali juures olulisim?



## LISA 5 - Tartu Noorte Infoportaali eelarve

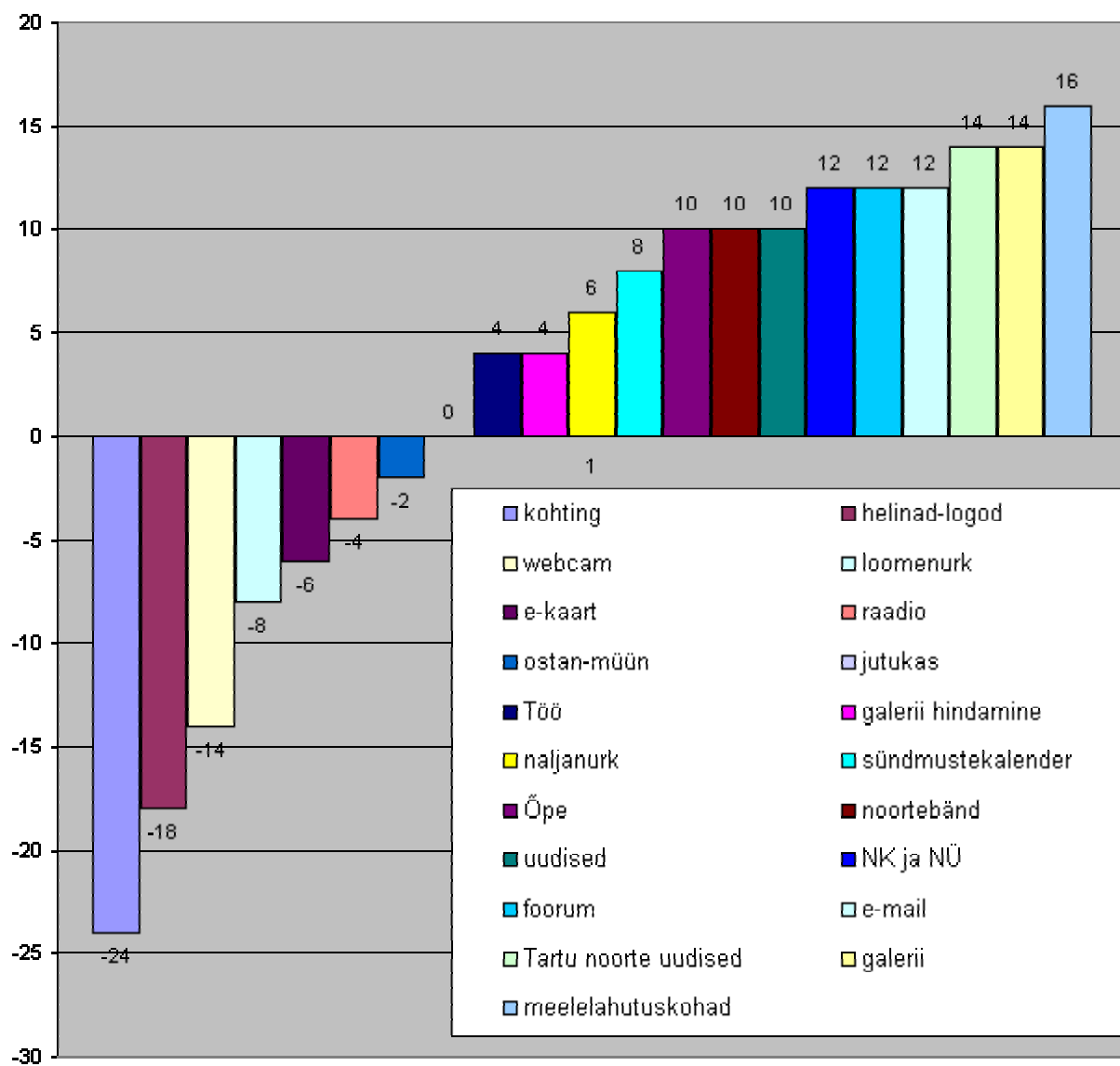
Kulu	Aeg	Kogus	Hind	Summa	Kokku
Portaali valmistamine	juuli-august				60 000,00 kr
Portaali tõlkimine					20 000,00 kr
vene keelde	august	1		10 000,00 kr	
inglise keelde	august	1		10 000,00 kr	
Reklaam					73 000,00 kr
A2 plakatid	august	1000	5,00 kr	5 000,00 kr	
kleepedad	august	5000	0,40 kr	2 000,00 kr	
märgid	august	2000	15,00 kr	30 000,00 kr	
Küüni tn bänner	september	1	5 000,00 kr	5 000,00 kr	
särgid	august	250	100,00 kr	25 000,00 kr	
flaierid (kahte tüüpi)	august	5000	1,00 kr	5 000,00 kr	
õhupallid	august	500	2,00 kr	1 000,00 kr	
Tehnika					65 250,00 kr
veebikaamerad	juuni	15	350,00 kr	5 250,00 kr	
stuudio	juuni			50 000,00 kr	
server	juuni	1	10 000,00 kr	10 000,00 kr	
Töötasud					68 085,00 kr
	märts -				
Projektijuhid	september	7	2 000,00 kr	18 690,00 kr	
Sisu koostaja	juuni - august	3	3 000,00 kr	12 015,00 kr	
Portaali hooldaja	sept - dets	4	2 000,00 kr	10 680,00 kr	
Reklaami team	sept - okt	2	5 000,00 kr	13 350,00 kr	
Reklaamtoodete disain	august	1	10 000,00 kr	13 350,00 kr	
KOKKU				286 335,00 kr	



# **LISA 6 - Tartu Noorte Infoportaali potentsiaalsed rahastusallikad**

Allikas	Summa	Märkused
Tartu linnavalitsus	70 000,00 kr	portaali loomine + stuudio ja webcamid
Tartu Maavalitsus	10 000,00 kr	
Euroopa Noored	50 000,00 kr	
Mitte-eestlaste Integratsiooni Sihtasutus	20 000,00 kr	portaali tõlkimine
Hansapank "Paneme tähed särama"	70 000,00 kr	
Hasartmängumaksu Nõukogu	66 335,00 kr	
<b>KOKKU</b>	<b>286 335,00 kr</b>	

# LISA 7 - Millised võimalused ja lisad on portaalis olulised?



## LISA 8

Internetikasutajate tüüpide vanuseline koosseis (Kalmus et al. 2004)						
% tüübist; p< 0,01						
Vanus	Mitmekülgne võrgusolija	Mitmekülgne infokasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähekasutaja
15-19	19	6	49	2	28	9
20-29	48	25	26	38	25	12
30-44	25	42	16	38	28	38
45-54	56	20	7	16	12	25
55-64	3	7	2	5	7	9
65-74	0	0	0	1	0	8

## **LISA 9 – Portaalide toimetajate läbi viidud ekspertintervjuu küsimused**

1. Kas Teie portaal on eelkõige mõeldud meelelahutus- ja suhtlusportaalina või on tegemist eelkõige infoportaaliga?
2. Kas noored kasutavad portaale (sh. Teie portaali) peamiselt info otsimiseks ja muuks "asjalikuks" tegevuseks või meelelahutuseks ja suhtlemiseks?
3. Milline peaks olema üks portaal või internetikeskkond, et see oleks noorte (vanus 14-22) jaoks atraktiivne?
4. Millised lisad ja võimalused peaks portaalil kindlasti olema, et see noorte seas populaarseks muutuks?
5. Kuidas ja mille abiga muutub üks internetikeskkond ühesuunalisest infoedastuskeskkonnast dünaamiliseks internetikogukonnaks?
6. Kui raske/kerge on „asjalikku” informatsiooni viia noorteni, kes kasutavad internetti peamiselt surfamiseks ning meelelahutuseks?
7. Kuidas seda teha?
8. Kas noorteni „asjaliku” info viimiseks tuleks see esitada koos nende igapäevase internetikeskkonnaga ja segada see meelelahutusega või on ka teisi võimalusi?
9. Millised on regionaalse suunitlusega noorteportaali (näiteks Tartu noorte infoportaal) eelised ja puudused võrreldes näiteks üle-eestilise portaaliga?